الفنون الخبرية في وكالات الأنباء

الدكتور
عبد الله بدران

دار الكتب

الفنون الخبرية
في وكالات الأنباء

Badran64@hotmail.com

الطبعة الأولى

٢٠٠٧

الفنون الخبرية
في
وكالات الأنباء

الدكتور
عبد الله بدران

دار المكتبي

دار المكتبي
للطباعة والنشر والتوزيع
www.almaktabi.com

سورية - دمشق - حلبوني - جادة ابن سينا
ص.ب ٣١٤٢٦ - هاتف : ٢٢٤٨٤٣٣ - فاكس : ٢٢٤٨٤٣٢
e-mail: almaktabi@mail.sy

مقدمة

منذ أن انطلقت أولى وكـالات الأنبـاء في العـالم عـام ١٨٢٥، أدت هـذه الوسيلة الإعلامية دوراً مهما في نقل الأخبار وتبادلها، وفرضت نفسها بقوة على شتى أنحاء العالم، وقدمت خدمات عدة للمـشتركين فيهـا والمتـابعين لموادهـا الخبرية ومنتجاتها المختلفة، وأسهمت في تعزيز نفوذ الدول القوية (الاستعمارية في بعض المراحل)، وفي التأثير على الـرأي العـام العـالمي، وتوجيهـه وجهـات تتناسب مع سياساتها، وأهداف القائمين عليها والممولين لها.

وتطورت هذه الوكالات بمرور السنين، وعززت من دورها وانتـشارها، لتبقى الوسيلة الإعلامية الأولى في العالم من حيث التأثير، والفعالية، والتوجيـه والانتشار. مـع انخفـاض طفيـف ملحـوظ في العقـد الأخـير بـسبب انتـشار الفضائيات في معظم مناطق العالم، وازدياد التنافس بينها للظفـر بـأكبر شريحـة ممكنة من المتابعين والمشتركين.

لكن، بالرغم من ذلك التنافس المحموم بين الفضائيات نفسها من جهـة، وبين الفضائيات ووكالات الأنباء من جهة أخرى، ظلت هذه الأخيرة صاحبة النفوذ الأكبر، ومازالت حصتها من سوق وسائل الإعلام تراوح بين ٧٠ و٧٥ في المئة، حسب إحصاءات متفاوتة تجريها مؤسسات أهلية متخصصة بـين مـدة وأخرى.

ولا شك أن وكالات الأنباء شهدت في السنوات الأخيرة تطورات لافتة في مضمونها، وإدارتها، وأساليب العمل فيها، ومناطق الانتشار والتوسع والنفوذ، والدور السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والفكري، واستخدام أحدث الأجهزة العلمية والتقنية، والواردات والخدمات الخارجية والمشتركين، إضافة إلى الأساليب التحريرية المستخدمة فيها، والتنوع في استخدام الفنون الخبرية المختلفة، وتطويرها بإدخال لمسات مهنية عليها.

وهذا التنوع في استخدام الأساليب التحريرية، والفنون الخبرية، أدى إلى إحداث نقلة نوعية لافتة في شكل ومضمون المواد الخبرية لوكالات الأنباء، واكبت النقلة النوعية التي تشهدها معظم وسائل الإعلام في العالم، من حيث الأداء المهني بالدرجة الأولى.

وهذا الكتاب يأتي ليسلط الضوء على التطورات التي شهدها العمل المهني (التحريري) في وكالات الأنباء المحلية والعالمية، ويعرف بأهم الأساليب التحريرية التي تستخدمها هذه الوكالات، وأهم الفنون الخبرية التي تعتمدها في نشراتها، وأهم الأشكال الخبرية المساندة، من دون الخوض في تفاصيل سياسات الوكالات، وتوجهاتها، وأهدافها، وانتشارها، وتمويلها، وكيفية إدارتها.

و سعى المؤلف في الفصل الأخير من هذا الكتاب إلى الحديث عن العلاقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام، وأهمية الأخيرة في الحفاظ على اللغة العربية وصونها من اللحن والخطأ، وذكر عددا من الأمثلة التي يستخدمها المحررون، ثم بين أهمية الترجمة ودورها.

ورغب المؤلف في أن يكون هذا الكتاب بمنزلة دليل مهني موجز للعاملين في وكالات الأنباء، ومرشد مبسط لجميع العاملين في وسائل الإعلام، ولاسيما المكتوبة منها، وأن يسلط الضوء على منهج العمل الإخباري السائد في معظم وكالات الأنباء، والأساليب المهنية التي تتبعها، مع الاستعانة بأمثلة عدة لتوضيح الأفكار المطروحة، وإيصالها إلى متلقيها بالصورة المثلى.

وأود في ختام هذه المقدمة أن أتقدم بالشكر الجزيل، وأعرب عن الامتنان الكبير إلى جميع الإخوة والزملاء العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) لما قدموه من جهد ودعم وتشجيع كان له أكبر الأثر في خروج هذا الكتاب إلى النور.

المؤلف

الدكتور عبد الله بدران

الفصل الأول

وكالات الأنباء

ظهرت وكالات الأنباء في أواخر الربع الأول وبداية الربع الثاني من القرن التاسع عشر نتيجة لأمور عدة منها الحاجة الملحة - في ذلك الوقت - إلى هيئات ومؤسسات إعلامية ضخمة تمتلك إمكانات مادية كبيرة، وأجهزة تقنية فائقة السرعة في البث والوصول إلى معظم أنحاء العالم، وعدداً كبيرا من الفنيين والمحررين، بحيث يمكنها القيام بتغطية خبرية للأحداث الواقعة في شتى أنحاء العالم - أو معظمه على أقل تقدير - ومتابعة الأحداث لحظة فلحظة، وتزويد المشتركين في خدماتها ومنتجاتها بالأخبار العادية والعاجلة، مع تطورها بمرور الزمن لتكون تلك الخدمات والمنتجات مرفقة بالصور الخبرية أو التلفزيونية وملحقات أخرى.

وتعد وكالات الأنباء حاليا أهم المصادر على الإطلاق في مد الصحف والمجلات ومحطات الراديو والتلفزيون ومواقع الإنترنت المتخصصة بالخدمات الإعلامية بالأخبار الخارجية "لأن هذه الوكالات تقوم بالعمل الذي لا يمكن للصحف، والمحطات الإذاعية أن تقوم به، وهو تغطية أهم العواصم والمدن الرئيسة الكبرى، ومناطق الأحداث الساخنة في العالم بشبكة واسعة من المراسلين والمكاتب، نظراً لما يتكلفه ذلك عادة من أموال ونفقات

لا يمكن أن تتحملها الصحف أو محطات الإذاعة الصغيرة"[1].

ويعرف بعض الباحثين وكالة الأنباء العالمية بأنها وسيلة إعلامية "تمتلك شبكة للمراسلين، وتستطيع أن تجمع الأخبار من عدد كبير من المحررين، الذين يعيدون تحرير الأخبار الداخلية حتى يمكن نشرها محلياً في الصحافة ومحطات الإذاعة وعلى وكالات الأنباء المحلية بمقتضى اتفاقيات، أو مباشرة على الصحافة ومحطات الإذاعة الأجنبية"[2].

في حين يعرفها باحث آخر بأنها "مؤسسة إعلامية تقوم بجمع الأنباء وتحريرها وإعادة توزيعها على مختلف الأجهزة الإعلامية الأولى، من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيون وغيرها، فتغذي مختلف الأجهزة الإعلامية بالصور والأنباء على مدار الساعة، وتطلعها لحظة فلحظة على كل مايستجد من الأحداث وتطوراتها، مرفقة بذلك الصور إلى جانب المعلومات"[3].

وثمة دراسات عدة وإحصاءات مختلفة أجرتها مؤسسات متخصصة في معظم دول العالم، ولاسيما الدول المتقدمة، أظهرت أن أكثر من ٧٠٪ من مواد الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية "تنقل عن وكالات الأنباء العالمية والمحلية، وكذلك الوكالات المتخصصة فتنشر المقالات والأعمدة، والتحقيقات، والصور وغيرها"[4].

وتتنوع الخدمات التي تقدمها الوكالات للمشتركين، فبعضها يهتم

---

(١) كرم شلبي: الخبر الصحافي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، جدة، ط٢، ١٩٩٨، ص ١٠٤.

(٢) عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، دار النجاح، بيروت، ١٩٧٢، ج١، ص ٧٧.

(٣) ماجد طعمة: موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٩٤، ص ٣٠١.

(٤) إبراهيم إمام: وكالات الأنباء، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٣.

بالأخبار كافة (السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والرياضية...إلخ) وبعضها الآخر يهتم بجانب معين من هذه الجوانب.

ويقول أحد الباحثين[1] إن ضخامة وحجم وكالة الأنباء، وطاقاتها الهائلة، وانتشارها الواسع، وعدد العاملين فيها، وكثرة مكاتبها الخارجية، ووفرة مراسيلها وتنوع اللغات التي للوكالة خدمات فيها، وموضوعيتها، كل هذه مجتمعة، لا بد منها لكي تصبح الوكالة دولية. أما الذي يتمم، في الجوهر فهو "حياديتها"، وهي الأعمق والأوسع والأهم، فالموضوعية في الإعلام وجه من أوجه "الحيادية".

والأسئلة التي تطرح في هذا المجال كثيرة وعديدة، منها: لماذا يطلق على الوكالات الثلاث (رويترز وفرنس برس والاسوشييتد برس) صفة "الدولية" دون غيرها ، وما هي المعايير التي بموجبها يتم إطلاق هذه الصفة على هذه المجموعة دون غيرها، وهل وكالة الصحافة الألمانية مثلا لا تمتلك ماتمتلكه رويترز أو الاسوشييتد برس أو فرنس برس من مكاتب ومراسلين وطاقات هائلة، وماذا نقول عن وكالة أنباء الصين الجديدة (شينخوا) التي لها عاملون ومراسلون بقدر الوكالات الثلاث مجتمعة.

ويضيف إن اجتماعات عدة عقدها اتحاد وكالات الأنباء العربية مع عدد من ممثلي وكالات الأنباء الدولية لكن لم يستطع المجتمعون التوصل إلى معايير معينة ثابتة حول تعريف الوكالة الدولية. وكان ممثلو الوكالات الدولية الأربع

---

(١) فريد أيار: سماسرة الأخبار ، دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، منشورات وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، ط١، ٢٠٠٢، ص ١٥-١٦ بتصرف.

(رويترز، الاسوشييتد بريس، فرنس برس واليونايتد برس ثم أصبحت ثلاثاً بعد إفلاس الأخيرة) يحصرون هذه الصفة بوكالاتهم فقط، وكانوا يقولون: لقد اجتهد الآباء القدماء بإعطاء صفة الدولية لوكالاتهم ثم أغلق باب الاجتهاد.

ويبدو أن هناك أسباباً عدة لتمسك وكالات الأنباء العالمية بصفة الدولية أو العالمية. وبهذا الصدد يقول الدكتور ذلك الباحث قد تكون "الاستمرارية" وسنوات العمل الطويلة إحدى الميزات لدى الوكالات الثلاث لتسمى هذه المجموعة بالوكالات الدولية، وقد يكون "ارتباط " اثنتين من تلك المجموعة (رويترز وفرنس برس) بالتوسع الاستعماري لبلديهما منذ القرن التاسع عشر وانتشار أعمالهما في قارات مختلفة سبباً آخر لإطلاق صفة " الدولية" عليهما، وقد يكون أخيراً عدم ارتباط وكالتين من ثلاث (رويترز والاسوشييتد برس) بالوطن الأم (بريطانيا والولايات المتحدة) -ولو ظاهراً- سبباً آخر لإطلاق هذه التسمية عليهما، مع العلم أن ارتباط وكالة فرنس برس بوطنها (فرنسا) وتلقيها المساعدات الكبيرة من الحكومة الفرنسية والمشاركة في رأسمالها أمر واضح للعيان، ولكن ومع كل ذلك يطلق عليها صفة "الدولية ".

وهذه التسمية التي لا تزال مقتصرة على الوكالات الثلاث في الوقت الحاضر وستبقى هكذا مدة طويلة، رغم وجود وكالات أنباء في أوروبا وغيرها لها إمكانات وقدرات توازي تلك المجموعة، وسبب ذلك يعود إلى غياب الجهة المخولة التي تستطيع وضع معايير واضحة لتسمى هذه الوكالة بالدولية أو لا، وقد يكون عدم اكتراث الوكالات الأوروبية وغيرها "لنيل هذه الصفة" سبباً لإبقاء الدائرة مغلقة على الوكالات الثلاث فقط.

ويقسم الباحثون عادة وكالات الأنباء - من حيث أنواعها - إلى أربعة أقسام رئيسية هي:

أ - وكالات الأنباء المحلية:

وهي وكالات تملكها معظم الدول، ومهمتها الرئيسية تغطية الأخبار المحلية، إضافة إلى أهم الأخبار العالمية. ومن هذه الوكالات وكالات الأنباء العربية.

أنشئت وكالات الأنباء العربية في ظروف مختلفة تتبع كل دولة، وكان الهدف الأساسي من نشأتها أن تعبر عن وجهة نظر الدولة تجاه القضايا المختلفة، وأن تغطي الأخبار المحلية بشكل يتوافق مع مصلحة الدولة وحاجاتها ومتطلباتها ومواجهة التحيز، والتحريف، والتشويه الذي تقوم به وكالات الأنباء الغربية لأنباء وأحداث العالم العربي، ولتضليلها الرأي العام العالمي عن حقيقة مايدور في الوطن العربي والإسلامي خصوصاً مايتعلق بالصراع العربي الإسرائيلي.

وتمتلك معظم الدول العربية وكالات خاصة بها تتبع الدولة مباشرة، أي إنها تعد أجهزة إعلام رسمية. وتتفاوت إمكانات هذه الوكالات من دولة إلى أخرى.

وتعد هذه الوكالات مصدراً أساسياً للأخبار المحلية الرسمية للصحف الداخلية والخارجية، كما قد تنقل عنها بعض الوكالات أخباراً تتعلق بمواقف الدولة إزاء قضايا معينة.

وأنشئت أول وكالة أنباء عربية، وهي وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية عام ١٩٥٥، تبعها إنشاء الوكالات العربية الأخرى.

وتبث هذه الوكالات أخبارها باللغة العربية كما أن بعضها يبث باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

ب - وكالات الأنباء الإقليمية:

وهي وكالات تشترك عدة دول في تمويلها، وتغطي الوكالة أخبارها دون تحيز لواحدة منها، ومن هذه الوكالات وكالة الأنباء الإسلامية ومقرها جدة في المملكة العربية السعودية.

وكالة الأنباء الإسلامية:

إيماناً من الدول الإسلامية بأهمية وكالات الأنباء في مجال التدفق الإعلامي وتوجيهه الوجهة السديدة فقد سعت إلى إنشاء وكالة أنباء إسلامية تعنى بمصالح الأمة الإسلامية، وترصد جوانب التنمية فيها، وتنقل أخبارها وأخبار الدول الأخرى على أسس من القيم والمبادئ الإسلامية الصحيحة، بعيدة عن التشويه والتحريف.

وكان مؤتمر العالم الإسلامي الذي عقد في كراتشي عام ١٩٥٠ قد اقترح فكرة إنشاء "وكالة الأنباء الإسلامية"، وتمت الموافقة على هذا الاقتراح في مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي عقد في كراتشي أيضاً عام ١٩٧٠، ثم أقر دستور الوكالة في اجتماع عقده ممثلون عن وكالات الأنباء الوطنية التابعة للدول الإسلامية عام ١٩٧٢، وبدأت الوكالة عملها الفعلي عام ١٩٧٩ من مقرها الحالي في مدينة جدة السعودية.

ومن أهداف الوكالة "تعزيز وحماية التراث الإسلامي، وإنشاء علاقات

وثيقة بين الدول الأعضاء، تعزيز الصلات المهنية والتعاون الفني بين الوكالات الأعضاء، والعمل على توحيد أهداف العالم الإسلامي، والعمل على إيجاد تفهم أكبر بين الشعوب الإسلامية للمسائل الاقتصادية والاجتماعية "[1].

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للوكالة والدور المنوط بها والمكانة التي يجب أن تتبوأها؛ فإن هناك عقبات جمة تحول دون تطورها وتقدمها لتحقيق خدمات إخبارية متميزة، ومن أهم العقبات مشكلة التمويل حيث تتأخر دول عدة في تسديد اشتراكها أو لا تسدد إطلاقاً، إضافة إلى نقص الكوادر الفنية البشرية المؤهلة لتواكب التطورات الفنية المتسارعة في عمل وكالات الأنباء، واقتصار التغطية الإعلامية على البلدان الإسلامية فقط، وعدم امتلاكها شبكة كبيرة من المراسلين المتفرغين أو المتعاونين، وعدم امتلاك عدد من الدول الأعضاء فيها وكالات أنباء محلية، ولأن معظم الوكالات الأخرى حديثة النشأة تفتقر إلى الأجهزة والمعدات اللازمة.

ج - وكالات الأنباء التكميلية:

توسع الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام توسعا كبيرا في العقود الثلاثة الأخيرة، ولاسيما الدور الذي تؤديه الصحف والمجلات، كما اتخذت خدمات وكالات الأنباء التكميلية دوراً مختلفاً عن الصورة التي انطبعت عنها في أذهان الناس، والتي تشير إلى أنها خدمة تكميلية تضاف إلى خدمات وكالات الأنباء التقليدية.

---

(١) محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص ٣٢٧.

ويرى معظم المسؤولين عن الصحف والمجلات في العالم أن خدمات وكالات الأنباء التكميلية صارت " المصدر الرئيسي للأخبار الفورية، ومصدراً لخلفيات التقارير والقصص المتعلقة بالثقافة والترفيه والمال والرياضة. وبمعنى آخر، إن هذه الخدمات أصبحت أساسية ولا تختلف عن خدمات وكالات الأنباء الأخرى"[1].

ويقول الدكتور أيار[2] إن وكالات الأنباء التكميلية لا تعرف إلا قليلاً خارج نطاق العاملين في وسائل الإعلام، ولكنها كانت نعمة لعدد من المسؤولين عنها ولاسيما رؤساء تحرير الصحف الجادون بالالتزام بواجبات الصحافيين في التعامل مع جمهور مدرك وكسبه والمحافظة عليه.

لقد نمت هذه الوكالات من قوة مهمة في صناعة الصحف منذ نشأتها لتكتسب شعبية متزايدة باستمرار، كما ساعدت التطورات التكنولوجية الصحف على تأمين تدفق سلس من التقارير الخبرية المصقولة مباشرة إلى أنظمة الحواسيب (الكمبيوترات)، حيث يمكن تغذيتها بسرعة فائقة ومن ثم طبعها.

وحدثت فترة النمو الكبير لوكالات الأنباء التكميلية في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين، عندما تحول عدد كبير من الصحف الأسبوعية إلى صحف يومية، ونمت الصحف الصادرة في الأقاليم إلى حجم معتبر.

ومن الصعب احتساب الاستعمال الإجمالي لنشرات وكالات الأنباء التكميلية نظراً لأن عددا كبيرا من الصحف يشترك في عدة وكالات من هذا

---

(١) فريد أيار: سماسرة الأخبار، دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، ص ٩.

(٢) المرجع نفسه، ص ٣٧٩ - ٣٩٣ بتصرف.

النوع، فعلى سبيل مثال تقول وكالة الأنباء التكميلية التابعة لصحيفتي لوس أنجلوس تايمز / واشنطن بوست (LAT\WP) ووكالة الأنباء التكميلية التابعة لصحيفة نيويورك تايمز (NYTNS) إنهما ترسلان يومياً نحو ١٢٥ قصة خبرية يبلغ معدل عدد كلماتها نحو ١٠٠ ألف كلمة.

انطلقت وكالة الأنباء التكميلية (NYTN) في مسيرتها الفعلية عام ١٩١٧، مستندة إلى مؤسسة مالكة لها محترمة تعتبر غالباً صحيفة أمريكية وطنية، وهي نيويورك تايمز. وكانت تلك السنة قد شهدت زيادة كبيرة في مستوى اهتمام القراء الأمريكيين بالأحداث الوطنية والعالمية. وابتدأت وكالة الأنباء التكميلية Scripps Howard News Services (SHNS) عملها في السنة نفسها.

وازداد عدد المشتركين في وكالة NYTNS بعد الحرب العالمية الثانية، وبعد أن أصبحت واشنطن نقطة اهتمام العالم وسعت NYTNS نشاطاتها إلى الصحف التي لها مراسلون في الولايات المتحدة.

وفي عام ١٩٥٩ أنشأت NYTNS شبكة توزيع خاصة بها تغطي الولايات المتحدة وكندا وأوروبا والشرق الأقصى وأمريكا اللاتينية، ثم أضافت إلى خدماتها بعد نحو عشر سنوات الصور الخبرية.

وأطلقت NYTNS في يناير ١٩٨٩ خدمة رسوم تخطيطية بواسطة الحاسوب تزود مشتركيها يوميا بما يتراوح بين ١٥ و٢٠ رسما تخطيطياً ترتبط بنشراتها كالتقارير الاقتصادية والعلمية والصحية والتربوية.

ومع تطور خدماتها أصبحت وكالات الأنبـاء التكميليـة عنـاصر جاذبـة للمشتركين، إذ تقدم خدمة صحافية يومية متميزة مقابل مبلغ يقـل عـن كلفـة توظيف مراسل محلي واحد.

وتبث وكالات الأنباء التكميلية نشرات أنباء يومية تحتوي على عـدد مـن الكلمات لا يتجاوز بـضع عـشرات مـن الآلاف، وتـوزع بـين ٢٠ و٥٠ قـصة خبرية في اليوم. أما وكالات الأنباء العالمية فتنتج عـدة ملايـين مـن الكلـمات، وتوزع مئات من القصص الخبرية في اليوم.

والاخـتلاف الآخـر بـين وكـالات الأنبـاء العالميـة ووكـالات الأنبـاء التكميلية، هو أن الأولى تقدم خدماتها إلى من يستطيع دفع تكلفة الاشـتراك في الخدمات المقدمة، في حين إن بعض وكـالات الأنبـاء التكميليـة تحـاول حمايـة شبكاتها والصحف المالكـة لهـا، وتمنـع خـدماتها عـن المنافـسين المحتملـين أو الفعليين.

كما حدث نمو كبير في الخدمات والمنتجات التي تقدمها وكـالات الأنبـاء التكميلية في الثمانينيات، واستنادا إلى الإحصاءات التي أجرتها مؤسسة ANPA عام ١٩٨٩ فقد كانت الوكالة LAT/WP توزع خدماتها عـلى ٦٥٠ صـحيفة في كل أنحاء العالم توزع نحو ١١٠ ملايين نسخة يوميا. وقبل عـشر سـنوات مـن ذلك التاريخ، كان لدى هذه الوكالة أقل من ٢٠٠ مشترك.

وفيما يخـص المـواد المـصدرية، تبـدأ وكـالات الأنبـاء التكميليـة عملهـا بموظفي الصحف المالكة لها. وتنتقي بعض هذه الوكـالات القـصص الخبريـة المنشورة في صحف عضوة في المجموعة وفي غيرها من الصحف المشاركة.

د - وكالات الأنباء العالمية:

وهي وكالات تنتشر مكاتبها في شتى أنحاء العالم وتمد المشتركين فيها بالمواد الخبرية المختلفة التي يطلبونها.

وعلى الرغم من تأكيد وكالات الأنباء العالمية أنها تقف على الحياد من الأخبار التي تزود المشتركين بها، وأنها تبثها بموضوعية تامة ولا توجهها حسب أفكار ورؤى سياسية معينة، فإن لها تأثيراً كبيراً على حركة التدفق الدولي للأخبار.

ويلاحظ أن هذا التدفق " يأخذ اتجاهاً واحداً من الغرب إلى الشرق، بمعنى أن حجم الأنباء التي تحملها هذه الوكالات يفوق عدة مرات كمية الأنباء التي تنقلها عن دول العالم الثالث، فيما يطلق عليه بالاختلال الكمي، وفي نفس الوقت، فإن نوعية الأنباء تحمل تحيزاً واضحاً في مصلحة الغرب وتحاملاً أكثر وضوحاً على دول العالم الثالث، فيما يعرف بالاختلال الكيفي"[(١)].

وتعد وكالات الأنباء حالياً " الأداة الإعلامية المفضلة لسرعة تواصلها مع الخبر وشموله وتنوعه، وتروي الوكالة الخبر وصفاً وتصويراً، وبشكل أصبح عالم الأحداث الدولية هو عالم الوكالات الكبرى أكثر مما هو عالم الوقائع والحقائق"[(٢)].

وقد تعمد هذه الوكالات إلى إبراز خبر معين، وإضفاء أهمية بالغة عليه حسب وجهة نظرها، من خلال إعطائه صفة (عاجل جداً) ونشر الجزئيات

---

(١) علي عجوة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال ، مكتبة مصباح ، جدة ، ط١ ، ١٩٨٩ ، ص ٢٧١.

(٢) محمد منير سعد الدين: الإعلام ، قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي ، دار بيروت المحروسة، بيروت ، ١٩٩١، مرجع سابق، ص ١٢٤.

والتفاصيل الدقيقة المتعلقة بـه، وتدعيمـه بالخلفيـات العديـدة، ورصـد ردود الأفعال عليه من جهات عدة، وبث الصور المرتبطة به، وإعادة بثه مـرة أخـرى للتأكد من وصوله إلى المشتركين كافة.

وتمارس وسائل الإعلام التي تتلقى أخبارها من وكالات الأنبـاء العالميـة نوعاً من الرقابة على هذه الأخبار، وتتعامـل معهـا وفـق رؤيـة منهجيـة دقيقـة وواضحة، ولاسيما الأخبار المتعلقة بقضايا حساسة تهم الدولة التي تصدر فيها هذه الوسائل الإعلامية.

وأهم وكالات الأنباء العالمية حالياً هي [1]:

١. وكالة فرنس برس (أ. ف. ب):

تعد وكالة فرنس برس (وكالة الأنباء الفرنسية) أول وكالة أنبـاء عالميـة، إذ يعود تاريخ تأسيسها إلى نحو عام ١٨٢٥ (وبعـض المـصادر تـذكر عـام ١٨٣٢) عندما أنشأ اليهودي البرتغالي الأصـل شـارل لـوي هافـاس مكتبـاً في العاصـمة

---

(١) انظر: إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحافي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، د.ت.، ص ٤٥-١١١.
- إحسان عسكر: الخبر ومصادره، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت)، ص٣٤-٤١.
- عبد اللطيف حمزة: الدعاية والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة،ط٢، ١٩٧٨، ص ٩٢-٩٥.
- محمود أدهم: فن الخبر، د. ن، د. ت، د. م، ص ١٦٢-١٧٩.
- محمد منير سعد الدين، مرجع سابق، ص١٢٣ -١٤١.
- علي عجوة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال، مرجع سابق، ١٩٨٧، ص ٢٧٥-٣٠٠.
- عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، مرجع سابق، ص ٧٥-٩٩.
- عبد الله بدران: الخبر الصحافي في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي، دمشق، ط١، ص١٤٢- ١٥١.
- فريد أيار: سماسرة الأخبار، دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، ص ٣٩٢ - ٣٩٧.

الفرنسية باريس سماه (مكتب الاتصال والمراسلة)، ثم أطلق عليه في عـام ١٨٣٥ اسم (وكالة هافاس) واستمر هذا الاسم حتى نهاية الحرب العالمية الثانية.

وفي عام ١٩٤٤ اشترت الحكومة الفرنسية (وكالـة هافـاس) وأصـدرت قراراً بتغيير اسمها إلى (وكالة فرنس برس)، ووضعتها تحت إشراف مباشر من وزير الإعلام، ثم أصـبحت تتمتـع باسـتقلال ذاتي عـلى الـرغم مـن اسـتمرار حصولها على إعانة سنوية من الدولة.

ويشرف على الوكالة مجلسان أحدهما للتخطيط والمتابعة ويسمى المجلـس الأعلى، والآخر للإدارة والتنفيذ ويدعى مجلس الإدارة، ويضم المجلسان ممثلين عن الحكومة الفرنسية، والجمعية العمومية الفرنسية، وملاك الصحف، واتحـاد الصحافة الفرنسية، والإذاعة والتلفزيون، والمشتركين الحكوميين.

وتغطي مكاتب الوكالة حالياً معظم دول العالم، وتوزع خدماتها باللغات الفرنـسية والإنكليزيـة والإسـبانية والألمانيـة والعربيـة، ولهـا خدمـة مـستقلة للأخبار الرياضية، ومركزها الرئيسي موجود في باريس.

٢. وكالة رويترز:

تعد هذه الوكالة حالياً أكـبر وكالـة للأنبـاء في العـالم، وأكثرهـا حـضورا وتأثيراً، بسبب اتساع شبكة مكاتبها الخارجيـة، وشـمولها معظـم دول العـالم، وتخصصها في بث الأخبـار الاقتـصادية التـي تـؤثر عـلى مجريـات الأحـداث، وتغطيتها للأخبار مرفقة بالصور الخبرية، والتلفزيونية، إضافة إلى تعدد اللغات التي تبث بها خدماتها.

وقد بدأ نشاط الوكالة في باريس عام ١٨٥١ على يد مؤسسها اليهودي الألماني بول جوليوس رويتر، ثم انتقلت في العام نفسه إلى لندن حيث افتتحت مكتباً صغيراً للصحافة بدأت تبث منه أخباراً متنوعة. ثم توسعت مع مرور الأيام وأخذت تنتشر في معظم دول العالم، مع تنوع خدماتها وتعدد لغات بثها.

وتتوزع ملكيتها حالياً بين أربع مؤسسات صحفية كبرى هي:

اتحاد الصحف البريطانية، واتحاد ناشري الصحف البريطانية اللذان يمتلكان مانسبته ٨٨٪ من أسهمها، واتحاد الصحف اليومية الاسترالية، واتحاد الصحف اليومية النيوزيلندية.

ويشرف على الوكالة مجلس إدارة يضم ١١ عضواً يمثلون الاتحادات المالكة، ويتولى المدير العام لها الإشراف على جميع الأعمال الصحافية والفنية، ويأتي تمويلها الرئيسي من الاشتراكات في خدماتها ومنتجاتها التي تدفعها معظم الوزارات والجهات الإعلامية الرسمية والخاصة، ووسائل الإعلام، والمؤسسات المالية، والاتحادات الرياضية، وغيرها من الجهات التي تهتم بخدماتها.

وفي أواخر أكتوبر من عام ١٩٩٧ بدأت وكالة "رويتر" توحيد تسميتها في جميع اللغات لتصبح "رويترز". وقال المتحدث باسم الوكالة معللاً ذلك: إنه على الرغم من أن الشركة سميت باسم مؤسسها رويتر فإنها كانت في البداية تعرف بوكالة رويتر للأنباء، وهي بالإنجليزية Reuters News Agency ولذلك عندما أصبحت علماً صار يطلق عليها اختصاراً بالإنجليزية Reuters في حين ظلت في اللغة العربية "رويتر" دون إضافة ضمير التملك (s) الذي

يستخدم في اللغة الإنجليزية في الحالات التي تدل على التملك. ولكي يكون هناك توحيد في اسم الوكالة روعي ملاحظة ذلك عند كتابة الاسم بالعربية فأضيفت (s) إلى الكلمة فصارت تكتب الآن "رويترز"(1).

وتتخذ الوكالة من لندن مركزاً رئيسياً لها، أما المركز الرئيسي للأخبار العربية فهو القاهرة. ويبلغ معدل الكلمات التي تبثها رويترز في الأيام العادية نحو مليون و٥٢٢ ألف كلمة، ويرتفع هذا العدد في أيام الأحداث الكبرى.

٣. وكالة الأسوشييتد برس الأمريكية (أ. ب):

تأسست عام ١٨٤٨ عندما تم تشكيل اتحاد من ست صحف أمريكية في نيويورك أطلق عليه اسم "اتحاد أخبار الميناء"، ثم اتخذ عام ١٨٥٦ اسماً جديداً هو "نيويورك اسوشييتد برس" عندما انضمت إليه بقية صحف المدينة، وبعد ذلك بعام استقرت على اسمها الحالي.

وتعد الوكالة جمعية تعاونية لا تستهدف الربح، وتضم أعضاء عاملين ومنتسبين، ويديرها مديرعام يشرف على هيئة مكونة من رئيس التحرير والمديرين المساعدين المشرفين على مختلف قطاعات الوكالة.

وتنتشر مكاتب الوكالة في عدد كبير من دول العالم، وبلغت حسب إحصاءات حديثة نحو ١٣٠ مكتباً داخلياً و٩٥ مكتباً خارجياً، وتقدم خدمات إخبارية مصورة إلى نحو ١٥٠٠ صحيفة و٣٦٥٠ محطة تلفزيون. ويعتمد تمويلها الرئيسي على المشتركين من داخل الولايات المتحدة.

---

(١) صحيفة الشرق الأوسط: العدد (٦٩١٧) ٥/ ١١/ ١٩٩٧.

٤. وكالة يونايتد برس انترناشيونال (ي. ب):

يعود تاريخها إلى عام ١٨٩٧ عندما أنشأ إدوارد ويليس سكريبس مؤسسة باسمه استطاعت أن تنشئ عدة وكالات في الولايات المتحدة، ثم انضمت هذه الوكالة معاً في عام ١٩٠٧ تحت اسم " يونايتد برس أسوسيشن".

ونتيجة للضرورة التي أملتها الظروف الاقتصادية والنفقات الباهظة تم دمج الوكالة مع وكالة "انترناشيونال نيوز سرفيس" عام ١٩٥٨ تحت اسم "يونايتد برس انترناشيونال" (U.P.I). وفي عام ١٩٨٣ انتقلت ملكيتها من شركة " سكريبس" الصحافية الأمريكية إلى شركة "ميديا نيوز كوربوريشن".

وكانت الوكالة تغطي دولاً عديدة، وكانت بشكل رئيسي تركز على السوق الداخلي للولايات المتحدة إلا أنها سارعت إلى استدراك ذلك وأخذت بإعطاء المكاتب الخارجية عناية فائقة، فافتتحت ٢٥٧ مكتباً في ١٦٠ دولة، ماأسهم في زيادة مدخولها.

٥. وكالة تاس الروسية:

تأسست عام ١٩١٨ تحت اسم " وكالة روستا " ثم تغير اسمها عام ١٩٢٥ إلى "وكالة الأنباء السوفييتية"، وكانت حتى تفكك الاتحاد السوفيتي عام ١٩٩١ خاضعة مباشرة للإشراف الحكومي.

وكانت هذه الوكالة الناطق الرسمي باسم الاتحاد السوفيتي حتى تفككه، ومازالت تبث حالياً من موسكو وتخضع للحكومة الروسية، لكنها أصبحت

ضعيفة جداً، واضطرت إلى إغلاق عدد من مكاتبها الخارجية بسبب الأزمة المالية الخانقة التي تعانيها.

أساليب العمل في الوكالات الدولية

تنتهج وكالات الأنباء العالمية أساليب شبه متقاربة فيما بينها، وقد تتميز واحدة على أخرى بأسلوب معين تتفرد فيه أو يكون لها قصب السبق في النجاح في ميدانه.

ويقول أحد الباحثين[1] إن الإرث التاريخي الطويل الأمد لوكالات الأنباء العالمية يظهر تكدس الخبرة واستمرار الحصول عليها، ورغم أنه يشير، في بعض الأحيان بصورة ضمنية، إلى صلابة في التنظيم، فإن التكيف الذي أظهرته هذه الوكالات بعد الحرب العالمية الثانية، يؤكد أن مثل هذه الصلابة لم تعد قائمة، ودليل ذلك ماحصل لوكالة يونايتد برس الأمريكية التي أعلنت إفلاسها قبل مدة طويلة.

والمراكز الرئيسية لوكالات الأنباء الأوروبية الكبرى كانت موجودة في عواصم الإمبراطوريات السابقة، وترافق توسعها إلى خارج حدود القارة الأوروبية مع ازدياد مساحة المناطق المستعمرة خلال أواخر القرن التاسع عشر. ومن اللافت للنظر أن ثالث أهم وكالة أنباء أوروبية، خلال ذلك القرن، كانت فولف الألمانية، التي تأسست عام ١٨٤٩ ولكن هذه الوكالة لم تحافظ

(١) فريد أيار: سماسرة الأخبار، دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، ص ٧٧ – ٧٨ بتصرف.

على مكانتها كوكالة أنباء رئيسية بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى. أما وكالتا رويتر وهافاس الإمبراطوريتان، فقد استفادتا من إمكانية الوصول إلى مصادر الأنباء والزبائن ووسائل الاتصالات.

ظهرت وكالات الأنباء الدولية، كما هو معروف، في الدول الأكثر تطوراً في العالم، وبالتحديد، حيث كان الطلب على الأنباء الدولية والوطنية قد وصل إلى الذروة الكاملة تقريباً وذلك، لثلاثة أسباب هي:

أولاً: نمو التجارة والاستثمار في العالم.

وتطلب ذلك وجود مصدر ثابت معتمد عليه للمعلومات الموثوق بها والمتعلقة بالشؤون الاقتصادية العالمية.

ثانياً: حاجة التجارة والتوجه الاستعماري لإمداد ثابت من المعلومات التي تتعلق بالأحلاف الدولية والأمن العسكري.

ثالثاً: التحرك السكاني الذي نتج من نمو التجارة الدولية، والتوسع الاستعماري الذي ساعد على خلق طلب شعبي عارم للأنباء.

ونتيجة لكل ذلك، فإن وسائل الإعلام في تلك الدول المتطورة (بريطانيا، فرنسا والولايات المتحدة، بشكل رئيسي) ازدهرت تحت ظروف مؤاتية جدا، ماسمح، في هذه الدول، لوسائل الإعلام تلك بأن تلبي طلبات الأسواق الكلية، دون أن تحد من تصرفاتها أية قيود سياسية، وبذلك استطاعت كسب اهتمام المعلنين من خلال ازدياد أرقام توزيعها.

ومن جانب آخر، وفرت الأسواق المحلية في فرنسا وأمريكا للوكالات العالمية واردات هائلة، فأصبحت من أهم مصادر الثراء لوكالات فرنس برس

واسوشييتد برس ويونايتد برس منذ ذلك الوقت، في حين، نمت ثـروة وكالـة رويتر، التي تتمتع بسوق واسعة جداً، من خـارج نطـاق وسـائل الإعـلام، في بلاد ماوراء البحار، ومثلت إيراداتها من تلك البلاد نحو ٨٠ في المئة من مجموع إيراداتها السنوية.

أما مصادر وكالات الأنباء العالمية والمشتركون في خـدماتها والمـستفيدون منها فيمكن توضيحها في هذين الجدولين[1].

مصادر وكالة الأنباء والمشتركون فيها:

المصادر	←		→	المشتركون
كادر المراسلين		وكالة الأنباء		الصحف اليومية
النشرات الرسمية				محطات الإذاعة
المؤتمرات الصحافية				شبكة المكاتب
مساهمون محليون				الصحف المحلية
مراسلون في الخارج				المجلات
الصحف اليومية				الدوائر والمؤسسات
الصحف الأجنبية				الشركات
وكالات أخرى				وكالات أخرى
نشرات إذاعة وتلفزيون				مراسلو وسائل الإعلام الأخرى
وسائل إعلام أخرى				

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٥، ص١٥-١٧.

وكالات الأنباء: المدخلات والمخرجات والقيمة المضافة

المدخلات	العمليات (القيمة المضافة)	المخرجات	المستفيدون
• المراسلون	• جمع الأخبار وتجهيزها	• أشكال تحريرية متعددة ومطورة.	• حكومات ومنظمات دولية.
• المندوبون	• تطوير الأخبار والقصص الخبرية والتقارير	• صور ورسوم بيانية (غرافيك) ومعلومات مساندة للقصص الخبرية.	• وسائل إعلام.
• نظم المعلومات	• تقسيم الخدمات وتنويعها	• أشكال خبرية منوعة عبر خدمات متخصصة (اقتصاد، رياضة..)	• شركات في كل الفروع والأنشطة
• وسائل الإعلام الأخرى	• مساندة الأخبار والقصص بالأعمال الفنية (صور غرافيك) وبالمعلومات الموثقة.	• نشرات بلغات عدة وكتب ومطبوعات.	• مستثمرون ورجال أعمال.
• الأقسام الفنية	• إضافة التحليل والاستشراف من خلال متخصصين من العاملين في الوكالة أو خارجها		

المدخلات	العمليات (القيمة المضافة)	المخرجات	المستفيدون
	• الترجمة إلى لغات متعددة لتقديم الخدمات بهذه اللغات.	• محطات تلفزيون وإذاعة وخدمات على شبكة (الانترنت) والهواتف النقالة.	• أفراد عاديون
	• إنشاء والمساهمة في إنشاء شركات وخدمات ذات طابع إعلامي – معلوماتي اقتصادي.	• مؤشرات اقتصادية واستطلاعات رأي دورية.	
	• إنشاء والمساهمة في إنشاء مؤشرات لقياس أداء الأسواق، وشركات استطلاعات رأس لقياس التوجهات السياسية.	• شركات اقتصادية تهدف أساساً إلى الربح	
	• إنشاء وسائل إعلام أخرى كمحطات إذاعة وتلفزيون.		

وتقول وكالة فرنس برس[1] إن لأي وكالة أنباء عالمية "مشتركون مختلفون سواء من حيث اهتماماتهم أو من حيث توزيعهم الجغرافي. ولا تشكل الأحداث الكبرى ذات الأهمية العالمية سوى نواة عمل الوكالة، إذ يطالب الزبائن إضافة إلى ذلك بأكبر قدر ممكن من الأخبار التي يهتمون بها ويوزعونها محليا.

(١) وكالة فرنس برس: دليل الصحافي في وكالة الأنباء، د.ت، ص١٠٠.

وغالبا مايهتم قارئ الصحيفة أو مشاهد التلفزيون بما يجري بـالقرب منـه أو بما يعنيه مباشرة، أكثر مما يهتم بتحركات عظماء هذا العالم أو بالحدث البعيد. إذن لا يمكن اعتبار عمل الوكالة مرضيا إذا لم يقدم في منطقـة توزيـع معينـة – إضافة إلى الأخبار العامة – عددا كافيا من البرقيات التي لهـا أهميـة محـددة، أي برقيات هادفة معدة لزبائن تلك المنطقة.

ويعـود إلى أمانـة التحريـر (في الوكالـة) أن تقـوم بالاختيـار والتوزيـع الأنسب، ويعود للمنتجين (أقساما ومكاتب ومراسلين) تقديم المادة لهم".

ويلخص أحد الباحثين[1] مهام ونـشاطات وخـدمات وكـالات الأنبـاء بالقول: إن هناك بعض الملامح التي تميز عمـل وكالـة الأنبـاء كوسـيلة إعـلام وهي:

- نشاط وكالة الأنباء موجه نحو المعلومات الحالية ذات الطبيعة الإخبارية، وهذا لا يعني أن نشاط أي وكالة أنبـاء يتنـاول تغطيـة الأخبـار بـصورة عامة، بل أصبح من أهم واجبات الوكـالات الحديثـة العنايـة بالجوانـب التفسيرية حتى لا تكون أخبارها مجردة وسطحية عديمة المغزى.
- جلب الأخبار وصياغتها على أساس نـوعي، بمعنـى اختيـار نـوع الخـبر الذي يهم المنطقة المرسل إليها الخبر.
- لم يعد محتوى عمل وكالة الأنباء مايجعل منها وسيلة إعلامية اختـصاصية ذات برامج تقليدية ضيقة، وإنما أصبحت تقوم بإعداد خـدمات متنوعـة

---

(١) حسنين شفيق: مـدخل إلى صـحافة وكـالات الأنبـاء، رحمـة بـرس للطباعـة والنـشر، مـصر، ٢٠٠٦، ص١٧-١٨.

الموضوعات، فهناك خدمات اقتصادية لرجال المال والأعمال والتجار، وهناك خدمات الأخبار الرياضية، فضلاً عن خدمات تقديم التحقيقات في الصحف المصورة وغير المصورة، وسواء مايتعلق بالأخبار العامة أو التي تهم بلدا معينا ذا هيئة معينة، أي كل مايهم ويتعلق بتشكيل رأي عام بصدد القضايا المتنوعة محلياً أو دولياً.

وعلى الرغم من أن تأثير ماتنشره وكالات الأنباء يكون غير مباشر، حيث يصل إلى الأفراد من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) باعتبار أن الأفراد غير مشتركين في خدمة وكالات الأنباء، فإن هذا التأثير مضاعف، لأن صياغة وكالة الأنباء تعيدها وتختصرها جميع وسائل الإعلام ذات التأثير المباشر على الجماهير.

- تقوم وكالات الأنباء الكبرى بوظيفة مضاعفة، فهي لا تهتم بالقيام بدور المنتج الرئيسي للمعلومات الإخبارية فحسب، بل بدور الوسيط أيضاً بالنسبة إلى معلومات إخبارية ينتجها آخرون، فهي تقوم بإمداد وسائل الإعلام الأخرى بأخبار مجمعة من مصادر أخرى كاقتباس تصريح أذيع في إذاعة بلد ما أو مقابلة أو حوار تلفزيوني، أو تعليق سياسي نشرته صحيفة يومية كبرى في بلد ما، وهي في سبيل إنجاز هذه المهمة لا تغطي تلك الأحداث عن طريق كادرها الخاص، بل تعتمد إلى حد كبير على أجهزتها المتطورة، وامتلاكها شبكة واسعة من المراسلين.

الفصل الثاني

أساليب تحرير الأخبار في وكالات الأنباء

تنتهج وكالات الأنباء في تحرير موادها الخبرية طرقاً مختلفة وأساليب شتى تراوح بين التقليدي المتعارف، والتجديدي المبتكر، وتسعى من ذلك إلى إبراز هذه المواد بصورة مناسبة، وعرضها عرضا مميزا، ووضع كل منها بالصيغة المثلى، وتقديمها بالهيئة النموذجية.

وشهدت طرق تحرير المواد الخبرية وأساليبها - بمرور الزمن- تطوراً مطرداً، فقديماً كانت هذه المواد تنشر من دون طرق واضحة أو أساليب موحدة أو مناهج معينة أو أنماط محددة، وكان لكل محرر وصحافي أسلوبه الخاص. ومع تطور علم الصحافة، وظهور نظرياته المختلفة، ووضع مبادئ وأطر واضحة له بدأت تظهر بشكل جلي طرق محددة لتحرير المواد الخبرية المختلفة، وأساليب منهجية للكتابة الصحافية.

وبدأت تظهر قواعد عامة لكتابة الأخبار، وأشكالها، وكيفية صياغتها، كما اتضحت كيفية كتابة مقدمات الأخبار، وطرق اختيارها، وكذلك أشكال الخبر، وقوالبه الفنية.

ونالت لغة الخبر حظاً وافراً من الدراسة والتمحيص والاهتمام والعناية،

ووضعت لها قواعد محددة ترشد الصحافيين والمحررين بصورة خاصة والإعلاميين بصورة عامة، وترسم لهم درب الصياغة السليمة، وأسلوب التحرير الجذاب الذي ينتقل من خبر إلى آخر حسب طبيعته، ونوعه، وجمهوره.

وثمة أساليب تحريرية متشابهة بين الصحف ووكالات الأنباء، لكن مايميز الصحف هو وجود حرية كبيرة في استخدام أساليب غير تقليدية إضافة إلى وجود مساحات مختلفة من حيث الصغر والكبر تستوعب كل الفنون الخبرية، وكل المواد الخبرية.

عناوين الأخبار:

تؤدي عناوين المواد الخبرية دوراً مهماً في تلخيص الخبر، وتبيان محتواه، وتوضيح آثاره، وجذب اهتمام القارئ، ولفت انتباهه، ولاسيما في الوقت الحالي الذي لا يكاد يملك المرء فيه وقتا كافيا لمتابعة ما تنشره وسائل الإعلام، ويتطلع إلى ما يقدم إليه أهم الأخبار بصورة موجزة جدا.

وتسعى وكالات الأنباء إلى اختيار عناوين جذابة مختصرة لموادها الخبرية تعبر عن هذه المواد، وتعطي صورة واضحة عن مضمونها ومحتواها، وتشبع رغبة المتطلعين إلى معرفة ما يحدث في العالم باختصار شديد.

وفي عصرنا الحالي الذي كثرت فيه وسائل الإعلام، واشتدت المنافسة بينها، وازدادت فيه أعمال الناس، وقلت الأوقات المخصصة للقراءة، فإن وكالات الأنباء مطالبة بأن تختار عناوين مشوقة جذابة من جهة، وسهلة معبرة واضحة من جهة أخرى، لأن العنوان "هو عنصر الاتصال الأول بين النص والقارئ بين فكرة الكاتب والجمهور، ولأن في نجاحه نجاحاً في دفع القارئ

إلى المشاركة في عملية الإعلام"[1].

ولوكالات الأنباء طرق عدة في صياغة عناوين أخبارها تختلف كثيراً عما هو موجود في الصحف والمجلات. ويمكن ذكر طريقتين تتبع إحداهما وكالة فرنس برس، والأخرى وكالة الأنباء الكويتية (كونا).

ففي وكالة فرنس برس[2] هناك سطران رئيسيان لبداية كل مادة خبرية بما في ذلك العناوين، وهما سطر الأوامر وسطر التعليمات، وتوضح الوكالة تفصيل هذه السطرين في الآتي:

سطر الأوامر:

وهو مستقل عن النص، ويحتوي بصور خاصة على المصطلحات التالية:بداية الرسالة، أولويتها، منشأها، ورقمها التسلسلي وخط التوزيع الداخلي الذي تسلكه. وتبعا للإمكانات التقنية يمكن زيادة مصطلحين إضافيين:نوع الخبر، وبلد المنشأ. ويسمح هذا المصطلحان الإضافيان للمشترك بالحصول فورا (أو بناء على طلبه عند الضرورة) على الخبر المحدد الذي يهمه إما بواسطة نوعه (خبر عالمي، اقتصادي، رياضي، إلخ) وإما بواسطة منشئه الجغرافي.

سطر التعليمات:

هو السطر الأول من النص، الذي يلي مباشرة سطر الأوامر. ويتوجه سطر التعليمات هذا -الذي هو جزء من البرقية في آن واحد- للحاسوب

(١) جان جبران كرم: مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، بيروت، ط٢ ١٩٩٢، ص ٤٩

(٢) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٤٥-٤٦.

وللصحافي وللمشترك. ويضم إشارات تحريرية يمكن أن يتعرف إليها الحاسوب عند الاقتضاء. وتضم هذه الإشارات العناصر التالية:

١- المفتاح (العنوان المختصر).

٢- تعريفا بطبيعة البرقية (أي المادة الخبرية) وترقيم صفحاتها.

٣- البرقية السابقة التي هي المرجع عند الاقتضاء.

و بالرغم من أن سطر التعليمات هو السطر الأول من منطقة النص (المادة الخبرية) فيمكن اعتباره مكملا لسطر الأوامر، ويختلف عنه على كل حال بأن رموزه تقرأ بوضوح، وليست مكونة من أرقام وأحرف.

وتقدم عناصر سطر التعليمات الثلاثة المتمايزة على سطر واحد مؤلف من ٧٠ حرفا، بحسب الترتيب التالي:

- المفتاح (SLUG):الذي يضم ٥٠ حرفا على الأكثر.
- حقل التعليمات (VERSION FIELD): ويدل على طبيعة البرقية (برقية متوقعة، ملحق، تصحيح، إلغاء، ملحوظة، مقال إجمالي، أو محصلة)، وعلى ترقيم صفحاتها.
- حقل المراجع (REFRENCE FIELD): الذي يستخدم في حال الإلغاء، أو التصحيح، أو الملحق للدلالة على رقم البرقية السابقة التي استند إليها الإرسال الجدي.

وعلى كل برقية أن تحتوي سطر المعلومات، باستثناء الفلاش (أي الخبر العاجل جدا)، ولكن العنصر الوحيد الإلزامي في هذا السطر هو المفتاح، في

حين إن حقل التعليمات وحقل المراجع هما اختياريان.

ويتألف المفتاح من ٥٠ حرفا (بما فيها الفراغات، أي المسافات) على الأكثر، وإذا كان مكونا من أكثر من كلمة فيجب أن تفصل كل كلمة من كلمات المفتاح عن الأخرى بخط أفقي، ويكتب المفتاح من دون فرق بأحرف كبيرة أو صغيرة.

مثلا:

ريغان/ انتخاب(١٢ حرفا)

جائزة/ نوبل/ احتفال(١٧ حرفا)

توضع البوادئ التي تدل على مدى إلحاح البرقية (مسبق أو عاجل) تحت سطر التعليمات، ويتبع البادئة إما بداية النص مباشرة، وإما (للأقسام التي تحتاج إليه) عنوان قصير من خمس أو ست كلمات على الأكثر، وعند ذلك يبدأ النص في السطر الثاني.

وليس ضروريا استعمال عنوان بعد البادئة "مسبق" المتميزة كفاية بمفتاح سطر التعليمات، غير أنه عند الاقتضاء يمكن أن يلي هذه البادئة كلمة أو كلمتان لتحديد المضمون. وقد يكون ضروريا وجود هذا "العنوان المصغر" على نفس سطر كلمة "مسبق" حين يتم بواسطة المفتاح نفسه إرسال عدة أخبار مسبقة تعالج الحدث ذاته من أوجه مختلفة.

ويبدأ النص بمنشأ الخبر وتاريخه (DATE LINE) يتبعهما بين خطين

منحنيين الحروف الأولى (أ.ف.ب).

وهذه ثلاثة أمثلة حديثة لاستعمال وكالة فرنس برس العنوان (المفتاح) والعنوان الرئيسي، مع إضافة منشأ الخبر وتاريخه في المثال الثالث:

- مصر / السويس / بحر / نقل

توقف الملاحة في قناة السويس نتيجة تعطل سفينة شحن

- ألمانيا/ فرنسا/ ليبيا/ نووي

ألمانيا لا تزال مستاءة من الاتفاق النووي الفرنسي الليبي

-الولايات/ المتحدة/ صحة/ أدوية

أدوية لعلاج السكري قد تضاعف مخاطر الإصابة بمشاكل في القلب

- شيكاغو (الولايات المتحدة) ٢٨-٧-٢٠٠٧ (ا ف ب)

أما وكالة الأنباء الكويتية (كونا)[1] فتتبع في كتابة العنوان الرئيسي والعنوان المفصل أسلوبا خاصا، يمكن تفصيله في الآتي:

١. العنوان:

يمثل العنوان مدخلاً للخبر، وصورة مصغرة عن مضمونه وفحواه. ويكون العنوان من ثلاث كلمات أو أربع، ولا يزيد على ذلك لا ينقص.

وتندرج الكلمة الأولى من الخبر ضمن رؤوس موضوعات قياسية

---

(١) وكالة الأنباء الكويتية (كونا): الدليل المهني للعاملين في قطاع التحرير، د. ت، ص ١٠ – ١٧ بتصرف.

يعتمـدها مركـز المعلومـات في الوكالـة. وتـضم قائمـة رؤوس الموضـوعات نحو ٢٦ رأس موضوع (سياسي، اقتصاد، عمل، ثقافة، بيئة..إلخ).

أما الكلمة الثانية فغالباً ما تكون عن الدولة مصدر المادة الخبرية، أو عـن بعض المـنظمات الدوليـة والإقليميـة (تعـاون، متحـدة، إسـلامي.....إلـخ)، والكلمتان الثالثة والرابعة تكونان تفريعـات للتـصنيف أو أسـماء دول مـا، أو شخصيات، أو ما يدل على فحوى المادة الخبرية ومضمونها.

مثال:

- خبر عن البورصة الكويتية:

اقتصاد/ كويت/ بورصة/ مؤشر

- خبر عن اجتماع وزراء الثقافة في دول مجلس التعاون الخليجي:

ثقافة/ تعاون/ وزراء/ اجتماع

- خبر عن زيارة الرئيس المصري إلى الكويت:

سياسي/ كويت/ مصر/ مبارك

ويوضع بين الكلمة والتي تليهـا في سـطر العنـوان علامـة (/) مـن دون وجود فاصل (مسافة) بين الكلمة وهذه العلامة. كما أن العنوان يبـدأ مـن أول السطر من دون ترك أي مسافة.

ويجب على المحرر العناية بعنوان الخبر ووضع كلمات تفريعيـة واضـحة، والاجتهاد ما أمكن في ذلك ليدل العنوان على فحوى الخبر ومضمونه.

وعند وجود إضافة للمادة الخبرية يوضع حرف يدل على رقـم الإضـافة،

أما إذا كانت هذه الإضافة آخر إضافة فيوضع رقم هذه الإضافة، ثم توضع علامة (-) ثم كلمة (وأخيرة). ويلاحظ أنه لا يوجد مسافة تفصل بين رقم الإضافة وعلامة (-) وكلمة (وأخيرة).

مثال:

سياسي/ كويت/ مصر/ مبارك٢- وأخيرة

أي إن هذا النص هو النص الثالث والأخير من المادة الخبرية التي عنوانها في الأساس هو:

سياسي/ كويت/ مصر/ مبارك

أما عند وجود مقدمات للخبر فتوضع كلمة مقدمة (للدلالة على المقدمة الأولى) أو مقدمة ٢.... إلخ قبل الكلمة الأخيرة في العنوان من دون وجود مسافات بين الكلمات.

مثال:

سياسي/ كويت/ مصر/ مقدمة مبارك

٢. العنوان الرئيسي المفصل:

يوضع العنوان الرئيسي المفصل في السطر التالي مباشرة لسطر العنوان من دون ترك أي فاصل (مسافة) بين السطرين. ويبدأ بعد ترك مسافة من أول السطر قدرها نحو (سنتيمتر واحد) وتقدر بثلاث نقرات على مفتاح المسافة في لوحة المفاتيح الخاصة بالحاسوب (الكمبيوتر).

وثمة أمور يجب مراعاتها في العنوان الرئيسي المفصل هي:

أ- يجب ألا تزيد الكلمات على سطر واحد.

ب- يجب أن توافق كلماته مضمون المادة الخبرية وفحواها.

ج- لا توضع نقطة (.) في نهاية العنوان الرئيسي المفصل.

د- تكرار العنوان الرئيسي المفصل في جميع إضافات الخبر.

ه- يجب عدم تضمين العنوان أسماء شخصيات غير معروفة على نطاق عالمي أو إقليمي.

مقدمات الأخبار:

تمثل مقدمات المواد الخبرية المدخل الجميل المتميز الذي يستثير انتباه القارئ، ويقدم له أهم محتوياتها، ويدفعه بقوة إلى الدخول من خلاله إلى هذه المواد، من أجل الحصول على صورة كاملة للمواضيع التي تتناولها.

ويحرص العاملون في وسائل الإعلام المختلفة على إيلاء مقدمات المواد الخبرية عناية خاصة، وتركيزاً شديداً، واهتماما بالغا، بغية الحصول على مقدمة مناسبة للمادة الخبرية.

وقد يغير المحرر مقدمة مادته مرات عدة ليتوصل إلى مقدمة تلخص وتكثف وتوجز العناصر الجوهرية التي تحويها هذه المادة، وتطرحها بأسلوب جذاب مشوق، يلفت انتباه القارئ، ويحفزه إلى متابعة الموضوع، ومعرفة تفاصيله، منطلقاً من أن المقدمة أهم جزء في القصة الخبرية، وهي التي تجذب القراء أو تنفرهم من الفقرة الأولى، أو من الجملة الأولى، أو حتى السطر الأول.

ويعرف أحد الباحثين المقدمة بأنها " تلك السطور القليلة المكونة من

عبارات مناسبة العدد، والتي تحمل بعض جوانب البروز والأهمية في الخبر أو المادة الإخبارية، وتكون ذات صلة وثيقة به، وهي تقع بين العنوان والنص الإخباري، وتساعد الأول، وتقود إلى الثاني"(١).

وهذه المقدمة أو ما تسميه بعض وكالات الأنباء العالمية(٢) (المستهل) هي "العنصر الأساسي للخبر، إنها موجز في أقل عدد من الكلمات".

وتشكل مقدمات الأخبار مع العناوين وحدة متكاملة من البناء الإخباري، تكون السبب الرئيسي في جذب القارئ، وحثه على قراءة الخبر، وإدراك معانيه، أو إهماله، ومروره عليه دون أن يلقي له بالاً، على الرغم من أنه قد يكون مهماً وذا تأثير كبير.

كتابة المقدمات:

تعد كتابة المقدمات فناً قائماً بذاته، له قواعده، وأسسه، وأساليبه الخاصة به، ويحرص المحررون على اختيار الكلمات والجمل والعبارات القوية الواضحة عند كتابة مقدمات أخبارهم، مع احتوائها على العناصر الجوهرية في الخبر وأهم المعلومات التي يتناولها.

وتعبر المقدمات القوية اللافتة عن مقدرة مهنية عالية لدى كتابها، وعن براعتهم في التوصل إلى خلاصة الخبر وأهم مضامينه، وقدرتهم الفائقة على جذب القارئ، ودفعه إلى قراءة بقية الخبر، ومعرفة تفاصيله الجانبية.

---

(١) محمود أدهم: دراسات في التحرير الإخباري، مرجع سابق، ص ٥٨.

(٢) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٩.

ومن هنا فإن على المحرر أن يضع نصب عينيه عند كتابة الخبر أنه يخاطب شريحة واسعة من القراء، تريد أن تطلع من خلال مقدمته على خلاصة وافية معبرة عن فحوى الخبر، تستغني بها قراءة سائر معلوماته، ومتابعة الجزئيات المتعلقة به.

وبسبب صعوبة البدء بكتابة مقدمة جيدة، فقد يلجأ المحرر إلى كتابة وسط الخبر ونهايته، ثم إلى كتابة المقدمة، مستفيداً من أهم النقاط التي وردت معه، وأهم النتائج المستخلصة من الخبر.

ويمكن القول من وجهة نظر الأسلوب " إن فن كتابة مقدمة جيدة هو فن الاختيار والتلخيص، يتضمن كل العناصر الأساسية في تنفيذ مهمة المقدمة المتنوعة، ويستغني في الوقت نفسه عن كل ما يمكنه استخدامه في جزء آخر من الخبر فيما بعده" [١].

أسس كتابة المقدمات

ولـئلا يحار المحررون كثيراً في كتابة المقدمات، شاع في فن كتابتها استخدام عناصر من الخبر تحوي إجابات عن المكان، والزمان، والعلة، والكيفية، والفعل، والفاعل،، لكنها قد تقتصر على عرض عناصر ثلاثة أو أربعة أو أقل على أن تحمل بقية الرواية (الخبر) توسعاً في ذكر البيانات[٢].

وهذه الإجابات هي إجابات عن ستة أسئلة معروفة في تحرير الأخبار هي:

---

(١) سلافوي هاشكو فيتش وياروسلاف فرست: مدخل إلى الصحافة، تعريب، جيان، دار الفارابي، بيروت، ط٢، ١٤٠٤ هـ-١٩٨٥م، ص ٩٩.

(٢) إحسان عسكر: الخبر ومصادره، مرجع سابق، ص ١٣١.

من؟

وماذا؟

ومتى؟

وأين؟

ولماذا؟

وكيف؟

وتسمى أحياناً أدوات الاستفهام، أو المفاتيح الستة، أو الشقيقات الخمس + كيف.

مثال ذلك:

قالت وزارة الدفاع الألمانية إن جنديا ألمانيا لقي حتفه اليوم في هجوم صاروخي أثناء مشاركته في عمليات عسكرية جنوب أفغانستان.

من: جندي ألماني

ماذا: لقي حتفه

متى: اليوم

أين: أفغانستان

كيف: هجوم صاروخي

ولم تتضمن هذه المقدمة الإجابة عن السؤال: لماذا.

والطريقة التقليدية لعرض مقدمة الخبر تتضمن الشقيقات الخمس إضافة إلى الكيفية (أي كيف)، وهذه الأسئلة هي التي يجب على المحرر أن يركز

اهتمامه على الإجابة عنها لدى كتابة المقدمة، وعليه أن يقدم الأهم ويبرزه، وهذا يعود إلى قرار من المحرر نفسه.

وتؤدي التجربة الطويلة والخبرات المتراكمة لدى المحرر - إضافة إلى تملكه الجيد لناصية اللغة - دورا مهما في كتابة مقدمة متميزة تقدم صورة واضحة عن مضمون المادة الخبرية وأهميتها.

وستكون الصفحات الآتية مخصصة للحديث عن كتابة المقدمة (المستهل) المرتبطة بالخبر العادي المألوف في وكالات الأنباء والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون، وتلي هذه الصفحات تفاصيل خاصة بكتابة المقدمات المتعلقة بسائر الفنون الصحافية الأخرى (كالتحليل، والتقرير، والتحقيق).

وتقدم وكالة فرنس برس[1] التوجيهات الآتية للمحررين الراغبين في كتابة مقدمة (مستهل) متميزة:

"يجب أن يشكل المستهل كلاً تاماً، يمكن استعماله بمعزل عن باقي البرقية: ولا يندر، أن تكون بضعة الأسطر هذه، العنصر الوحيد الذي يستعمله المشترك، كتعليق على صورة عند الاقتضاء أو كتعقيب على مقطع تلفزيوني قصير.

يجب أن يجيب المستهل عن أربعة أسئلة أساسية:

من؟

ماذا؟

متى؟

أين؟

---

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٩.

كذلك يجب أن يجيب بقدر الإمكان عن سؤالين إضافيين:

لماذا؟

كيف؟

تشكل الإجابة عن أحد هذه الأسئلة، بحسب الحالات، الخبر الرئيسي:

من؟ صرح رئيس الولايات المتحدة...

ماذا؟ استقال رئيس الولايات المتحدة...

متى؟ توقفت الاشتباكات، نهار الثلاثاء...

أين؟ هبط الرجل على سطح القمر....

وأفضل طريقة لكتابة المستهل هي الأبسط: فعل أو مصدر - فاعل - مفعول أو مسند.

مثلاً:

بلفاست - ايرلندا الشمالية - ٣١ / ٥ / أ.ف.ب-

قتل	ماذا
جندي بريطاني	من
الأحد	متى
بانفجار سيارة مفخخة	كيف
في نوري جنوب شرق أولستر	أين
كما أعلنت الشرطة	المصدر

في هذا المثال، كان من المهم أن تظهر الـ "كيف" في المستهل وال "لماذا"

ضمنه في منشأ (إيرلندا الشمالية): نفترض أن حال الحرب الأهلية السائدة منذ سنوات معروفة كفاية، وبالرغم من ذلك من المفيد أن نذكر بهذه الحال، في الفقرة الثانية (...) عند الاقتضاء".

إن كتابة مقدمة تحوي الإجابة عن هذه الأسئلة تعني الخروج بمقدمة نموذجية تتضمن أهم ما في الخبر من معلومات، وتقدم خلاصة وافية عن مضمونه، ولكن لا يشترط في المقدمة أن تجيب عن جميع الأسئلة الستة، فقد تحوي إجابة عن سؤال أو اثنين أو أكثر، وهذا عائد إلى مقدرة المحرر على " اختيار، أو اصطفاء أبرز الوقائع الواردة في الخبر، وترتيبها ترتيباً يتدرج مع أهميتها، بحيث تأتي الواقعة، أو التفاصيل الهامة في البداية، وتليها الأقل أهمية، وهكذا"[1]، مع الأخذ بعين الاعتبار نظرة الوكالة إلى مضمون الخبر، حيث تسعى في مقدماتها الإخبارية إلى ما يهمها، أو يهم الدولة الصادرة عنها، أو نوعية المشتركين والقراء الذين تخاطبهم، وتؤخر الوقائع الأخرى.

وتنقسم المقدمات باعتبار الإجابة عن الأسئلة الستة إلى ما يلي:

١. المقدمة التوضيحية:

وهي المقدمة التي تتضمن الإجابة عن السؤال: ماذا؟

وهذا الأمر ينطبق في حقيقة الأمر على جميع المقدمات، لأن هذا السؤال هو

" السؤال المركزي في جميع المعلومات الإخبارية الآنية الأهمية، وهو

---

(١) محمود أدهم: دراسات في التحرير الإخباري ، مرجع سابق ، ص ٦٢.

الجوهر في صلب كل خبر، والجواب على هذا السؤال يجب أن يتناول الفعل الرئيسي في الحادث المعني أو ما يفضي إليه" [1]

٢. **المقدمة الشخصية:**

وهي المقدمة التي تتضمن الإجابة عن السؤال: من؟

وهذه المقدمة قلما يخلو منها خبر، لأن وجود الشخص أو القائم بالفعل في مقدمة الخبر أمر ضروري، ولا ينبغي توضيحه في الفقرات التالية إلا في حالات استثنائية.

والشخص هنا قد يكون فرداً، أو مجموعة، أو دولة، أو مؤسسة، أو ماشابه ذلك.

٣. **المقدمة الزمانية:**

تبدأ هذه المقدمة بالإجابة عن السؤال: متى؟

وتبرز فيها هذه الإجابة عندما " يصبح الوقت عنصراً إخبارياً له دلالته وأبعاده، وليس مجرد وجه من وجوه الجدة، أو الحداثة " [2] كاتصال الخبر بمناسبة دينية، أو وطنية، أو حدوثه في وقت مفاجئ، أو وقوعه في غير أوانه.

٤. **المقدمة المكانية:**

تبرز في هذه المقدمة الإجابة عن السؤال: أين؟

وذلك عندما للمكان تأثير فاعل في الحدث، أو جاذبية خاصة للقراء.

---

(١) سلافوي هاشكوفيتش وزميله: مدخل إلى الصحافة، مرجع سابق، ص ١٠٠.

(٢) محمود أدهم، مرجع سابق، ص ٦٥.

٥. المقدمة التفسيرية:

يسعى المحرر في هذا المقدمة إلى الإجابة عن السؤال: لماذا؟ وذلك عندما يكون من الضروري ذكر الأسباب التي أدت إلى وقوع الحدث، وتبيان الدوافع من ورائه.

٦. المقدمة الكيفية:

تتضمن هذه المقدمة الإجابة عن السؤال: كيف؟

وذلك بإبراز الكيفية التي وقع بها الحدث، ويستخدم المحرر هذه المقدمة عندما تكون كيفية ووقوع الحدث "من النوع الذي يستقطب أفكار القراء، ويجذبهم إليه بشدة..... حتى لتكاد تصبح أبرز ما في الحدث ، وربما أكثر أهمية وغرابة - معاً - من مضمون الحدث نفسه، أو نتيجته "[1].

وتوجه وكالة فرنس برس[2] الصحافيين العاملين في وكالات الأنباء إلى اتباع التوجيهات الآتية بهذا الصدد:

من أفضل الطرق المتبعة لصياغة المقدمة (المستهل) أن نطرح على أنفسنا أسئلة بسيطة جداً ومباشرة: من "قام بماذا" " ماذا حدث بالتحديد "؟

عدا حالات استثنائية تكون فيها المقدمة مؤلفة من جملة واحدة قصيرة يجب أن تكون المقدمة (موجزة، مؤلفةً من ٣٠ أو ٣٥ كلمة) أي ما يعادل ٣ أسطر على الشاشة... أي ما يعادل ستة أسطر في عمود الصحيفة، وعشر ثوان

(١) محمود أدهم: دراسات في التحرير الإخباري ، مرجع سابق ، ص ٦٧ .

(٢) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ١٠-١٤ بتصرف.

قراءة على المذياع. ويطابق أول ما يقوله المراسل على الهاتف، إذ قد يكون الخط معرضاً للانقطاع في كل لحظة.

كذلك على الصحافي العامل في الوكالة أن يراعي وهو يحرر المستهل ضرورة تقنية فرضتها المعلوماتية: فأمانات التحرير في الوكالة، وكذلك المشتركون الذين يعتمدون المعلوماتية، يقيمون البرقية بشكل أولي بناء على السطرين الأولين اللذين لا يشكلان غالباً إلا بدء المقدمة.

تمر رؤوس البرقيات (السطران الأولان من كل برقية) أمام رؤساء المكاتب وأمانات التحرير بمعدل قد يصل إلى رأس واحد كل عشر أو خمس عشرة ثانية.

على الصحافي في الوكالة أن يأخذ بالاعتبار أن برقيته ستقيم بناء على الكلمات العشرين في عشر ثوان.

واستنادا إلى هذا التقييم، غالباً ما يتم تفضيل وكالة على أخرى، إذ بالنظر إلى السطرين الأولين يرغب المنتفع - أو لا يرغب - في الاطلاع على ما تبقى، وباستدعاء نص البرقية على شاشته، أو بأخذه من الطابعة.

يكتب الصحافي العامل في الوكالة المقدمة (المستهل) للمنتفع لا لنفسه. والمنتفع بالطبع هو المشترك، ولكنه في مرحلة أولى هو أيضاً مراجع البرقية في أمانة التحرير الذي يشاهد مثلاً على الطابعة الأسطر الأولى من البرقية.

في النهاية يجب أن تكون المقدمة بسيطة، وواقعية وأن تقتصر على الوقائع، ويجب أن تثير الرغبة بقراءة ما تبقى من البرقية، كما يجب أن تحتوي على أكبر قدر من المعلومات في أقل قدر من الكلمات، أي أن تجيب على الأقل عن

الأسئلة: من، ماذا، متى، أين، ويجب بشكل عام أن تشير إلى مصدر الخبر.

وغالبا ما يكون من الصعب أن تضم أسطر الفقرة الأولى الثلاثة كل العناصر التي يجب أن تحتويها نظريا، ولاسيما حين يجب أن نعدد وظائف الشخصيات أو المؤسسات أو أن نعرض لوجهات نظر مختلفة.

وفي هذه الحال يمكن أن نؤجل جزءا من التحديدات التي لم تجد لها مكانا في الفقرة الأولى إلى الفقرة الثانية، إذ تجيب الأسطر الثلاثة الأولى مثلا عن أسئلة: من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ وتجيب الفقرة الثانية عن الأسئلة الأخرى.

أنواع المقدمات:

تقسم المقدمات من حيث مضمونها، وطريقة صياغتها، وأسلوب بدايتها إلى أنواع عدة. وهذه الأنواع تتعلق بكتابة الفنون الخبرية (كالتحقيق، والتقرير، والاستطلاع)، ولا ترتبط بكتابة الخبر الصحافي العادي الذي كانت الصفحات المذكورة آنفا مخصصة للكتابة عن مقدماته.

١. المقدمة المختصرة:

وهي أبسط أنواع المقدمات وأكثرها استخداماً، وتتساوى فيها عناصر الخبر في القيمة والأهمية، ويمكن البدء بها بذكر أي من العناصر.

وتتميز هذه المقدمة بأنه يمكن حذف تفاصيل الخبر الواردة في الفقرات التالية للمقدمة، لأن المقدمة احتوت على خلاصة وافية عنها، كما تتميز بسهولة اختيار عنوان الخبر منها.

٢. مقدمة الاقتباس:

هي المقدمة التي تتضمن كلاماً مقتبساً من خطاب، أو تصريح، أو كلمات لأصحاب القرار، أو أحد كبار المسؤولين، أو الجهات الخاصة أو العامة، تحمل في طياتها معاني مهمة جداً.

ويلجأ المحرر إلى كتابة هذه المقدمة عندما يرى أن المعاني التي تتضمنها التصريحات يجب أن تبرز بشكل واضح لافت للنظر، وأن تُذكر بنصها تحرياً للدقة، ومنعاً للبس والشكوك.

٣. مقدمة الاستفهام:

تتضمن هذه المقدمة سؤالاً، أو عدة أسئلة، عن أمور مهمة تشغل الرأي العام، أو شريحة كبيرة من القراء، وتنتظر إجابة وافية عنها. وقد تكون الاستفسارات موجهة إلى شريحة معينة من القراء (أطفال، نساء، أطباء، طلبة... الخ) لأنها تعالج أموراً تهمهم، أو حلولاً لمشكلات يعانونها.

وتأتي الأجوبة المفصلة عن الأسئلة في صلب الخبر اعتماداً على مصادر موثوقة من الجهات ذات الشأن، أو من النتائج التي توصل إليها المحرر بعد جهد حثيث.

ويجب ألا تستخدم هذه المقدمة إلا عندما يضيف السؤال شيئاً جديداً إلى الخبر. وفي الوقت نفسه ينصح بعدم استخدام هذه المقدمة كثيراً "لأنها قد تقترب كثيراً من التعليق أو الرأي، وهو أكبر خطأ يمكن أن يقع فيه كاتب الخبر"[1].

(١) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحافي، مرجع سابق، ص ٣٤١.

٤. مقدمة الوصف:

تبرز في هذه المقدمة جمل وصفية تعطي صورة معبرة عن الحدث تجعل القارئ يعيش تفاصيل الحدث، وينتقل إلى أماكن وقوعه كأنه شاهد عيان.

و يعمد المحرر إلى كتابة هذه المقدمة عندما يرى أن وصفه للحدث يضفي أهمية مميزة عليه، ويسلط الضوء على نقاط يجب أن تكون واضحة أمام القارئ، وهو يتابع التفاصيل.

٥. مقدمة التباين:

تعتمد هذه المقدمة على إبراز حالتين متباينتين تعبران عن أهم حدث في الخبر، "وجوهر الموضوع هنا الربط بين الحالتين، وإظهار ما حدث من حقائق، ومفاجآت، أو ظروف، وملابسات، أدت إلى الوضع الجديد غير المألوف لمثل الحالة موضع الخبر "[(١)].

٦. المقدمة الصاعقة (القنبلة):

تستخدم هذه المقدمة في الأخبار المهمة جداً، التي يكون وقعها على القارئ مفاجئاً ومؤثراً، كالاغتيالات، والحروب، والانقلابات، والمواقف المفاجئة.

وتعتمد هذه المقدمة على "عنصر الإثارة في عرض تفاصيلها، وهي أشبه بالشيء الساخن الذي يتحسس المرء حرارته من خلال المعاني القوية، والألفاظ المنتقاة، والعبارات المؤثرة "[(٢)].

---

(١) مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، مرجع سابق، ص١٤٩.

(٢) إحسان عسكر: الخبر ومصادره، مرجع سابق، ص١٣٤.

٧. المقدمة المجازية:

تعتمد هذه المقدمة على استخدام الكلمات بالمعنى المجازي لها، وليس بالمعنى الحرفي الشائع، لإضفاء الإثارة على الخبر، وجذب القارئ إلى معرفة التفاصيل الحقيقة لهذه المعاني.

و " المجاز لغة: مصدر مسمى من جاز الشيء، إذا تعداه، والمجاز اصطلاحاً: اللفظ المستعمل في غير ما وضع له في اصطلاح التخاطب، لأنه نقل من معناه الأصلي واستعمل ليدل على معنى غيره، لعلاقة مع قرينة تمنع إرادة المعنى الحقيقي (الوصفي) [(١)].

٨. المقدمة الحوارية:

هي المقدمة التي تعتمد على حوار بين طرفين حول قضايا وأمور تهم الرأي العام، أو توضح موقفهما حيال أمر مطروح، وتمهد للدخول إلى تفاصيل الخبر.

ويعمد المحرر إلى هذه المقدمة ليخرج عن المقدمات التقليدية، أو عندما يرى أن لغة الحوار قوية ومعبرة.

٩. مقدمة الحكم والأمثال:

تتضمن هذه المقدمة " شواهد أدبية، أو أمثلة، أو حكماً شعبية، أو أقوالاً شائعة، والشرط الوحيد الذي ينبغي مراعاته في هذه الحالة هو أن يكون المثل المختار متطابقاً مع موضوع الخبر ومعبراً عنه "[(٢)].

---

(١) نايف معروف: الموجز الكافي في علوم البلاغة والعروض، دار بيروت المحروسة، بيروت. ١٤١٣ هـ -١٩٩٣ م، ص ١٠٢.

(٢) كرم شلبي: الخبر الصحافي وضوابطه الإسلامية، مرجع سابق، ص ١٩٤.

١٠. المقدمة الإنسانية:

هي المقدمة التي تثير عواطف القارئ وتثير فيه نزعة التعاطف مع الآخرين، ومعايشة مشكلاتهم ومآسيهم ومعاناتهم، وتركز على العنصر العاطفي، والإنساني. ويستخدم المحرر في هذا النوع من المقدمات ألفاظاً معبرة، وجملاً مؤثرة، وأسلوباً يحرك الشعور، ويثير الإحساس، ويدفع الفطرة الإنسانية إلى الانفعال، والتعاطف.

وثمة مقدمات أخرى قد يستخدمها المحرر عندما يرى أنها مناسبة للخبر وتعبر عن مضمونه خير تعبير، وتخرج به عن المقدمات التقليدية المألوفة، ولا ريب في أن خبرة المحرر، وتمرسه المهني ومقدرته اللغوية، تؤدي دوراً مهماً في اختيار المقدمة المناسبة التي تشكل مدخلاً ملائماً للخبر.

السمات العامة للمقدمات

- أن تكون مشوقة، لافتة للنظر، ومثيرة للفضول، وبعيدة عن المبالغة والتهويل.
- أن تتضمن أهم المعلومات الرئيسية الواردة في الخبر، وتغني القارئ عن متابعة فقراته.
- أن تركز على الوقائع والمعلومات والبيانات التي تحمل معاني مهمة جدا وتستحق أن تكون في مكان الصدارة.
- أن تتناسب لغتها مع مضمون الخبر، فلا تستخدم ألفاظاً تحمل معنى الاستهزاء والسخرية، مثلاً: عند الحديث عن خبر سياسي جاد، أو خبر

إنساني يتضمن معاني تبعث على الحزن والألم.

- أن تركز على حدث أو اثنين من دون أن تتشعب لتناول أحداث أخرى، خشية تشتت ذهن القارئ، وحشر الأحداث في اختصار مخل.
- أن تستخدم ألفاظاً واضحة معبرة بعيدة عن اللبس والغموض والتأويل، تغني القارئ عن الرجوع إلى المعاجم، أو قراءة الفقرات التالية لإدراك المعنى المراد.
- أن يتناسب حجمها مع حجم الخبر نفسه.
- أن تكون بأسلوب جميل مشوق تكون فيه العبارات مترابطة، والجمل متناسقة، والألفاظ معبرة عن المعنى المراد.

الأشكال الفنية للخبر الصحافي:

ثمة شكلان للخبر الصحافي يلجأ إليهما المحررون عند صياغة الخبر في صورته النهائية. ويمثل هذان الشكلان إطارين عامين لجميع الأخبار، لا يخرج عنهما إلا المواد الخبرية التي يكتبها المحررون من دون ضوابط معينة، ولا أشكال محددة.

ويختار المحرر عادة الشكل المناسب للخبر الذي يكتبه، معتمداً على عدد من الأحداث، والمعلومات الواردة فيه، وردود الأفعال عليه، وورود عناصر مختلفة له من مصادر متعددة.

وهذان الشكلان هما:

١. الخبر البسيط:

يستخدم هذا الشكل عندما يتحدث الخبر عن واقعة واحدة، سواء وردت من مصدر واحد، أو مصادر عدة. ويركز الخبر في هذا الشكل على تفاصيل الواقعة وجزئياتها، وقد يسهب فيه إذا كانت التفاصيل مهمة للقارئ وضرورية للتوضيح والبيان.

وقد يطول الخبر البسيط ليحتل مساحة كبيرة، أو يقصر ليضم فقرة أو فقرتين.

٢. الخبر المركب:

يستخدم هذا الشكل عندما يتضمن الخبر عدداً من الوقائع والمعلومات المتعلقة بحدث ما، والمختلفة من حيث مصادرها ومكانها وزمانها، ولكنها تصب في بوتقة واحدة تظهر فيها هذه الوقائع ليخرج منها خبر متكامل يغطي الحدث من جميع جوانبه، ويعطي صورة شاملة له.

طرق صياغة الخبر:

توجد أربع طرق رئيسية لصياغة الخبر، تتنوع حسب معلوماته، ومصادره، وكيفية الحصول عليه، ويختار المحرر عادة الطريقة المثلى لصياغة الخبر اعتماداً على رؤيته المهنية له، وخبرته الطويلة وشعوره أن طريقة ما دون غيرها هي الأنسب لهذا الخبر، والأكثر التصاقاً به، والأسهل وصولاً إلى القراء.

وهذه الطرق هي:

١. طريقة السرد

تعتمد هذه الطريقة على "سرد وقائع الحـدث، وتتبـع تفاصـيله، بحيـث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل "[١]، وتعـد هـذه الطريقـة أيـسر الطرق الفنيـة وأسـهلها، وغالبـاً مـا يبتـدئ المحـرر الـصحافي طريقـه المهنـي باستخدام هذه الطريقة، ومنها يتدرج إلى الطرق الأخرى.

٢. طريقة الحديث المنقول

تعد هذه الطريقة من أكثر الطرق شيوعاً، واسـتخداماً، ويحـرص المحـرر عادة على نقل كلام المسؤولين، أو إيراد ما في الوثـائق والتقـارير بدقـة متناهيـة دون أن يحور الكلام، أو يغير فيه، ويبدأ خبره عادة بإبراز أهم ما في الخـبر مـن معلومات، ثم يورد بقية المعلومات حسب رؤيته لأهميتها تدريجياً.

٣. طريقة الدمج بين السرد والنقل

تعتمد هذه الطريقة على استخدام الطريقتين السابقتين معاً، بحيث تـدمج طريقة السرد مع طريقة الحديث المنقول ،" غير أن هذه الطريقة لفرط تعقيدها، لا تستخدم إلا في حدود ضيقة، وعندما تتعدد مصادر الخبر، وتتعـدد الوقـائع الواردة فيه، وتتنوع زوايا تناوله، ومن ثم فإن هذه الطريقة يقتصر اسـتخدامها على الأخبار المركبة، وفي حالات معينة فقط "[٢]..

---

(١) فاروق أبو زيد:فن الخبر الصحافي ، مرجع سابق ، ص ٣١٥.

(٢) كرم شلبي: الخبر الصحافي وضوابطه الإسلامية ، مرجع سابق ، ص ١٧٨

٤. طريقة سرد المعلومات

تستخدم هذه الطريقة عند صياغة مادة خبرية تعمد في الأساس على سرد البيانات، والأرقام والمعلومات والحقائق المتعلقة بموضوع ما، من دون أن يركز المحرر في مادته على الأحداث والوقائع والتصريحات.

القوالب الفنية للخبر الصحافي:

تصاغ الأخبار الصحافية في وكالات الأنباء عادة في قوالب فنية تختلف باختلاف مضمون الخبر والزاوية التي ينظر منها المحرر إليه، ويقصد بالقالب الشكل النهائي الذي يظهر فيه الخبر في الوكالة، من حيث تسلسل الفقرات فيه، وترتيب المعلومات، وكيفية ابتداء الخبر وانتهائه.

وتشبه هذه القوالب البناء الفني المتناغم وغير النشاز، مراعاة لظروف القارئ وحرصاً على جذبه وقراءة أكبر عدد مما تتضمنه من أخبار[1].

ولا يعني هذا بالضرورة إلزام المحرر بتحرير الخبر وفق أحد هذه القوالب، فقد يلجأ المحرر إلى اختيار قالب خاص لكل خبر، وقد يختلف هذا القالب من خبر إلى آخر.

وثمة ثلاثة قوالب متعارفة للخبر هي:

١. قالب الهرم المقلوب

يعتبر هذا القالب أقدم نماذج البناء الفني للأخبار وأكثرها سهولة وفائدة كما

---

(١) مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، مرجع سابق، ص١٢٤.

أنه أكثرها استخداماً، ويعتمد على " تشبيه البناء الفني للخبر الصحافي بالبناء المعماري للهرم مقلوباً، بحيث ينقسم الخبر إلى جزأين اثنين فقط هما قمة الهرم، وجسم الهرم"[1]. ويقصد بقمة الهرم مقدمة الخبر، وبجسمه بقية فقرات الخبر.

ويتميز هذا القالب بتضمن المقدمة أهم معلومة (أو أكثر) واردة في الخبر، بحيث تبرز هذه المعلومة، ويتلقفها القارئ، ثم تورد التفاصيل الأخرى متدرجة حسب أهميتها، فالتفاصيل الأقل أهمية من المعلومة التي احتوتها المقدمة تأتي في الفقرة الثانية، تليها التفاصيل الأقل منها أهمية... وهكذا إلى نهاية الخبر.

ويجب مراعاة التسلسل المنطقي للخبر، وترابط فقراته وجمله، ليخرج بصورة واضحة، ومتكاملة، دون أن يغلب الحرص على صياغته بهذا القالب على استخدام أسلوب لغوي مشوق، وألفاظ معبرة تجذب القارئ من بداية الخبر إلى نهايته.

و يعمد المحرر إلى قراءة الخبر قراءة متأنية دقيقة قبل صياغته بالشكل النهائي، ثم يبدأ باختيار أهم معلومة في الخبر ويبرزها في المقدمة، ثم يختار التفاصيل الأقل أهمية، وقد يتدخل المحرر الأعلى فيرى أن هناك معلومات مهمة أغفلها محرر الخبر الأصلي يجب إبرازها في المقدمة وإعطاؤها أولوية على ما تضمنته مقدمة المحرر. وغالباً ما يتم هذا الأمر بالتنسيق بين محرر الخبر، والمحرر الأعلى المسؤول عنه.

ولقد شاع استخدام هذا القالب في معظم الأخبار لعدة أسباب منها أنه

(١) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحافي ، مرجع سابق ،ص٣٢٠.

يقدم خلاصة المادة الخبرية للقارئ في المقدمة، ويساعد على سرعة اختيار العناوين، ويقدم للمخرج الفني والمحرر خدمة كبيرة، إذ يمكن وضع مقدمته اللافتة على الصفحة الأولى وترك بقية الفقرات للصفحات الداخلية.

والقصة الخبرية المباشرة، أو الواقعية، تتناسب مع نموذج الهرم المقلوب إلى حد بعيد، وينطبق ذلك عندما تكون هذه القصة مكتوبة لوكالة أنباء أو صحيفة، إذ إن بعض المحررين قد يرغبون في وصف مسهب، في حين يرغب الآخرون في وصف موجز جداً.

وكان هذا القالب يسهل عمل القائمين على التحرير عندما يطلب إليهم اختصار الخبر، فكانوا يعمدون إلى حذف فقرته الأخيرة (أو عدة فقرات من نهايته) دون أن يؤثر ذلك في صياغة الخبر، أما الآن فإن استخدام الحواسيب في عملية الإخراج الصحافي وضع حدا لهذه العملية إذ يمكن بواسطتها تصغير حجم الخبر أو تكبيره حسب المساحة المخصصة له.

وثمة شروط على المحرر أن يراعيها عند استخدام قالب الهرم المقلوب هي:

١ - استخدام جمل قصيرة واضحة، تعبر عن فحوى الحدث، ومضمونه دون لبس ولا غموض، ومن شأن هذه الجمل أن تساعد القارئ على فهم الخبر، وأن تتضمن كل منها معلومات مهمة عند كتابتها في المقدمة.

٢ - كتابة مقدمة لافتة للنظر، تبرز أهم المعلومات في الخبر، وتغني القارئ عن متابعة الفقرات اللاحقة المحتوية على تفاصيل جزئية.

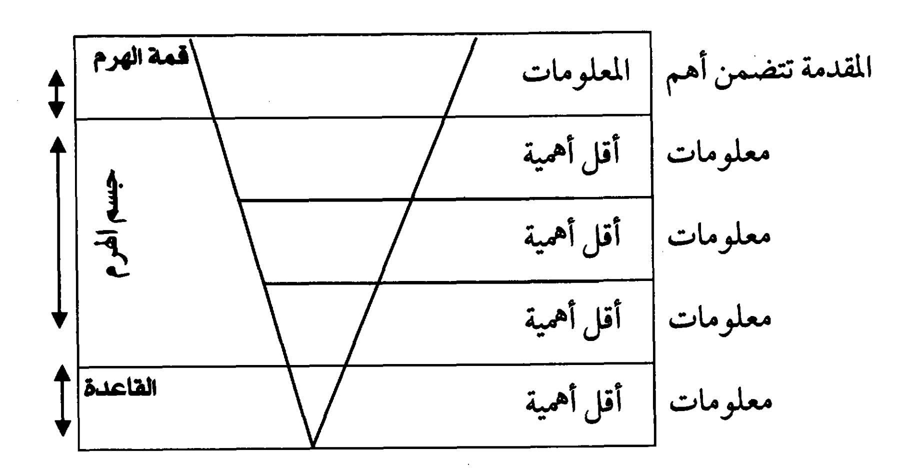
٣- أن تتضمن كل فقرة تفاصيل عن معلومة واحدة محددة، دون الخوض في غيرها، لتبقى الفقرة وحدة متكاملة توصل الفكرة بوضوح إلى القارئ، وتنأى به عن تشابك المعلومات، واختلاطها.

الحرص على "ربط الخبر بعضه ببعض، بحيث يصبح للخبر سياق واحد، وأن تسلسل أفكاره بحيث تؤدي كل فقرة من فقرات الخبر إلى الفقرة التي تليها"(١).

الشكل الأول:

نموذج قالب الهرم المقلوب

رسم تخطيطي للهرم المقلوب



(١) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحافي، مرجع سابق، ص ٣٢٦.

٢. قالب الهرم المقلوب المتدرج

يستخدم هذا القالب عند كتابة الأخبار المتضمنة تصريحات، أو خطباً، أو بيانات صحافية لمسؤول أو جهة عامة أو خاصة، حيث تكون التصريحات هي العمود الفقري للخبر، والأساس الذي يعتمد عليه المحرر في إضافة الخلفيات المناسبة، والمعلومات المساعدة، المتضمنة نقاطاً من الخبر، أو إشارة إلى ما يرمي إليه التصريح، والأسباب الداعية له - إن وجدت - وربطه بالأحداث العامة الواقعة وقت الإدلاء بالتصريح.

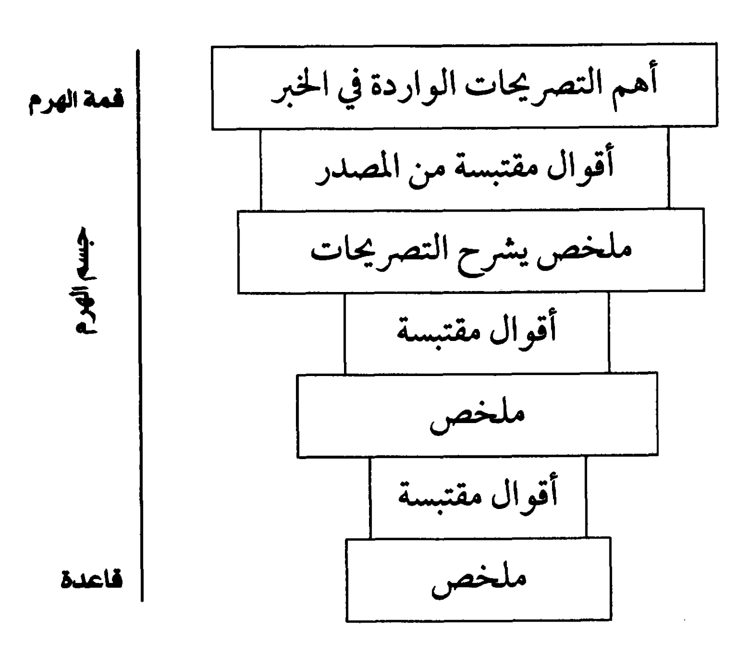
ويأخذ الخبر في هذا القالب شكل المستطيلات التي يتدرج أحدها بعد الآخر وصولا إلى النهاية على أن تكون في مجملها على شكل الهرم المقلوب، فيكون للخبر مقدمة (مستهل) تتضمن أهم المعلومات والبيانات التي تضمنتها المادة الخبرية، تليها فقرات المادة الأخرى بما فيها من معلومات والتي تمثل سائر الخبر على شكل مستطيلات كبيرة وصغيرة، بحيث تمثل المستطيلات الصغيرة الكلام المنقول من المصدر في حين تمثل المستطيلات الكبيرة ملخص هذا الكلام وتوضيحه وبيانه وشرحه.

ويبتدئ الخبر في هذا القالب بمقدمة تتضمن أهم معلوماته، ثم تورد الفقرات الأخرى متضمنة التصريحات الأخرى متدرجة حسب أهميتها، وتفصل بين كل فقرتين تتضمنان تصريحاً فقرات تتضمن شرحاً للتصريح، أو توضيحاً له.

الشكل الثاني

نموذج قالب الهرم المتدرج

رسم تخطيطي للهرم المتدرج



٣. قالب الهرم المعتدل

يتميز هذا القالب بأنه يقدم خلاصة الخبر وأهم معلوماته في آخر فقرة منه، ويعتمد على تشبيه البناء الفني للخبر " بالبناء المعماري للهرم المعتدل، بحيث ينقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء: مقدمة تحتل قمة الهرم، وهي مدخل يمهد لموضوع الخبر إن كان لا يحتوي على أهم ما فيه، ثم يتلو المقدمة جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم، وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث، وتتدرج هذه

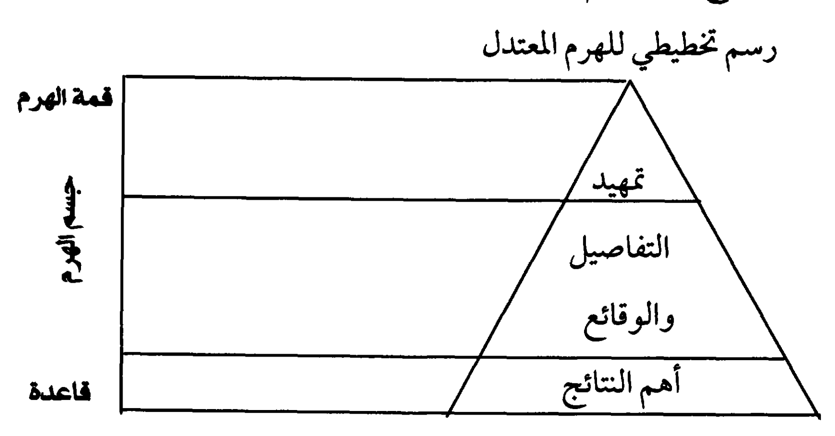
التفاصيل حتى نصل إلى خاتمة الخبر التي تحتل قاعدة الهرم "[1].

ويندر استخدام هذا القالب في الأخبار السياسية والاقتصادية، ويكثر في الأخبار الاجتماعية، ولاسيما أخبار الحوادث والجرائم والقضايا الخاصة بالمحاكم.

الشكل الثالث

نموذج قالب الهرم المعتدل

رسم تخطيطي للهرم المعتدل



(١) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحافي، مرجع سابق، ص ٣٣١.

الفصل الثالث

الفنون الخبرية في وكالات الأنباء

يعد الخبر الصحافي العادي hard news أكثر الفنون الخبرية استخداما في وسائل الإعلام، مع اختلافات طفيفة في تطبيقه وفق الوسيلة الإعلامية (صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون).

وهذا الأمر ينطبق أيضا على وكالات الأنباء، فنحو ٨٠ في المئة من موادها الخبرية هي أخبار صحفية عادية، والنسبة المتبقية تضم سائر الفنون الخبرية الأخرى. وقد توسع المؤلف في تدوين ما يرتبط بالخبر الصحافي في الفصل الثاني من حيث المقدمة والأنواع والقوالب.

وسأعتمد في هذا الكتاب مصطلح الفنون الخبرية على ما يعرف بالتقرير الصحافي والتحقيق الصحافي.. إلخ، باعتباره ـ في رأي الكاتب ـ أوضح المصطلحات للدلالة على هذه الأشكال وتعريفها وتحديد أهم صفاتها ومميزاتها، ولأن كلا منها يستحق هذا المصطلح (فن) نظرا إلى السمات والمعايير التي يجب أن يتصف بها، والميزات التي يجب أن يتحلى بها. ويلاحظ حاليا وجود كتب عدة كل منها مخصص للحديث عن أحد الفنون الخبرية، ومعظمها وضع عنوان للكتاب (فن التحقيق الصحافي)، (فن التقرير الصحافي)...إلخ.

وثمة اختلافات بين الإعلاميين في تحديد ماهية كل فن من الفنون الخبرية، وتعريفه، وبيان مميزاته، وهذا ما يلاحظه الباحث في كتب الإعلام المنشورة باللغة العربية، ويلاحظ أحيانا في الكتب المنشورة بلغات أخرى. وهذه الاختلافات مردها أسباب عدة لا مجال لذكرها في هذا الكتاب.

وسعيت في هذا الفصل إلى محاولة توفيقية لتوحيد الفنون الخبرية المتعارفة في وسائل الإعلام، ولا سيما في وكالات الأنباء، بهدف الوصول إلى تعريف مقبول لكل فن من الفنون الخبرية، وتوضيحه، وبيان سماته، وهي محاولة أولية متواضعة تحتاج إلى مزيد من النقد والتحليل والدراسة للوصول إلى توحيد عام لهذه الفنون بين الإعلاميين العرب.

وسيكون البحث في هذا الفصل منصبا على الفنون الخبرية المستخدمة في وكالات الأنباء فحسب، مع التمثيل لبعض الفنون بأمثلة تعزز فهمه، وترسخ معناه ومميزاته.

أولا - الخبر الصحافي

تطرق الفصل الثاني إلى كل ما يرتبط بالخبر الصحافي، ولاسيما كيفية كتابته وأشكاله وقوالبه وطريقة التعامل معه، إضافة إلى كيفية التعامل مع المقدمات المختلفة التي تعبر عن فحواه ومضمونه.

وفي هذا الفصل سيتم الحديث عن كيفية تعامل وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية مع الخبر الصحافي الذي يعد العمود الفقري لأي نشرة تبثها وكالات الأنباء، وكيف تبث الأخبار العاجلة والمستعجلة وما يسمى

"الفلاش"، وما يستتبع ذلك من أمور مهنية تستوجب من المحرر معرفتها حق المعرفة، وإدراك الفوارق الرئيسية بينها، مع التطرق إلى عدد من الملاحظات المهمة بهذا الصدد.

والأصل في بث أي مادة خبرية (وسيكون الحديث في هذه الفقرة مخصصا عن الخبر الصحافي فقط) أن تبث متكاملة الأركان من حيث الشكل والمضمون، وأن تفي الموضوع حقه، وإذا استجد على الحدث الذي تغطيه بعض الأمور تلجأ وكالات الأنباء إلى بث هذه المستجدات في صورة خبر إضافي يكون بمنزلة مقدمة للخبر الأصلي.

ولكن قد تقع أحداث مهمة جدا تستوجب بث ما يتعلق بها بأسرع مدة ممكنة وإعلام المشتركين بما يجري في ذلك الحدث، والتطورات التي قد تحدث بصدده، وما يرتبط به من تبعات وردود فعل.

وفي هذه الحال تلجأ وكالات الأنباء إلى بث هذه المادة الخبرية بصور شتى، فتستخدم مصطلحات خاصة منها " فلاش" و"عاجل" و"مسبق" و"عاجل جدا".. إلخ.

وهذه المصطلحات تخضع للتعريفات التي تضعها كل وكالة أنباء للمحررين العاملين فيها، وتصبح مستخدمة في جميع الأحداث التي تتطلب ذلك، لكن هذه المصطلحات قد تختلف من وكالة إلى أخرى، فثمة وكالات تستخدم مصطلح "عاجل جدا" بدلا من مصطلح "فلاش" المستخدم في وكالات أخرى. وثمة وكالات تستخدم مصطلح "عاجل" بما يساوي مصطلح "مسبق" في وكالات أخرى.

وهكذا فإن الأمر يعود هنا إلى التعريفات التي تضعها كل وكالة للمصطلحات التي تستخدمها بهذا الصدد، وإن كانت في النهاية تؤدي إلى الهدف المراد وهو بث الأحداث المهمة جدا بالسرعة القصوى.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة المرتبطة ببث مثل هذه المواد الخبرية، والتنافس الشديد الحاصل بين وكالة وأخرى، فإن الأمر المهم جدا بهذا الصدد هو التأكد تماما من وقوع هذه الحدث، والتثبت من حصوله، وفق طرق المصادر والإسناد التي تتعامل معها كل وكالة، وألا تلجأ إلى بث مثل هذه المواد إلا في الحالات المؤكدة لديها من مصادر موثوق بها.

وهنا يدعو الإعلاميون المخضرمون وكالات الأنباء إلى الدمج بين الدقة والسرعة القصوى عند بث مثل هذه المواد، فالدقة هنا أمر ضروري جدا، والتضحية بهذه القيمة الإخبارية على حساب السرعة أمر في غاية الخطورة، وهو ما يفقد وكالة الأنباء المصداقية التي يجب أن تتمتع بها.

ويجب التمييز بوضوح بين الدقة والسرعة، فالسرعة أحد المعايير الزمنية للخبر الصحافي، في حين أن الدقة إحدى السمات المعروفة لهذا الخبر.

وتختلف السمات عن المعايير اختلافا جوهريا، ذلك أن الأخيرة يتطلب وجود أحدها في الخبر ليجعله صالحا للنشر، في حين أن السمات يجب أن تكون متضمنة في جميع الأخبار مهما تكن المعايير التي أدت إلى اختيارها، وهي من ثم شرط لازم الوجود في كل خبر، لكن وجودها جميعا لا يجعل الخبر صالحا للنشر ما لم يكن مقترنا بأحد المعايير.

وأهم المعايير المعروفة للخبر الجدة (الحالية) والتوقيت والتواصل

الزمني، وهذه كلها من المعايير الزمنية، في حين تعتبر الأهمية والضخامة والتوقع والتشويق والإثارة والشهرة والطرافة والصراع أهم المعايير المهنية.

وثمة معايير ترتبط بالوسيلة الإعلامية ارتباطا مباشرا، وأهمها سياسة هذه الوسيلة، وانتماؤها، ونوعها، وزمن بثها أو صدورها.

أما أهم السمات المعروفة للخبر الصحافي فهي الدقة، والموضوعية،والصدق، وبعضهم يقسم الموضوعية إلى الحياد والإنصاف.

ولأن الحديث هنا يقتصر على الدقة، فإنه يمكن تعريفها بأنها ذكر الحقيقة الكاملة للحدث دون أي تدخل يخل بمضمونها، أو حذف أو إضافة تشوهها وتفرغها من محتواها الحقيقي، أو تؤدي إلى عكس المعنى المراد منها.

وتفصل هيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي)[1] في مسألة الدقة وكيفية التعامل معها فتقول إن الدقة في العمل الإعلامي هي تفادي الأخطاء بأنواعها المختلفة؛ المعلوماتية، والموضوعية، والطباعية، والنحوية، واللغوية، وغيرها. والدقة مرادف للسلامة والصحة، وهي لا تحتاج فقط إلى التزام الصحيح، والتثبت من صحة الآراء والمواقف والمعلومات ونسبها، لكنها تحتاج أيضاً إلى إدراك للسياق، وامتلاك للخلفية التي تحول دون ارتكاب الأخطاء. وفي عالم يزدحم بوسائل الحصول على المعلومات، لا يميز وسيلة عن أخرى أفضل من معيار الدقة.

وفي ظل التطور التقني والتنافس الحاد بين وسائل الإعلام، ليس هناك أسوأ من أن يقع صحافي في خطأ، أو أن تنشر وسيلة إعلام ما معلومات غير

---

(١) www.bbcdialogue.co.uk/handbook/ethics/values.shtml

صحيحة ورأس مال أي مصدر للمعلومات هو الدقة. كما أن قيمة الصحافي، أو المراسل الميداني بالتحديد، ترتفع كلما كانت أخباره دقيقة.

ونقطة البداية في تحقيق القيم الخبرية الأخرى؛ مثل الإنصاف أو الحياد، هي الدقة. فالدقة بمنزلة أم القيم الأخرى التي يجب أن يلتزمها العمل الصحافي. فإن كانت تفاصيل الخبر غير دقيقة، أو كان الخبر غير صحيح من الأساس، لن تكون هناك أي قيمة لتغطيته بإنصاف أو حياد.

وتتساوى أهمية عنصر الدقة لدى معظم وسائل الإعلام الجادة. فحتى تلك التي تتخذ مواقف وتوجهات سياسية واضحة (أي إنها لا تدعي الموضوعية أو الحياد، وتعترف بالانحياز لموقف ضد آخر)؛ عليها أيضاً التزام الدقة. فكل قوانين العالم المنظمة للعمل الإعلامي تعاقب على الوقوع المتعمد في الأخطاء المعلوماتية، وتلزم من ارتكب مثل تلك الأخطاء بالتصحيح والاعتذار، وهو أمر لن يسعد المسؤولين عن أي وسيلة إعلام.

كما أن كثرة التصحيحات والاعتذارات تؤدي إلى فقدان وسيلة الإعلام لجمهورها، الذي لن يكون بمقدوره الثقة بمعلوماتها إذا تكررت حالات التصحيح والاعتذار.

ولقد وضعت "بي بي سي" لنفسها قاعدة ذهبية فيما يتعلق بالدقة وهي: "أن تتأخر عن منافسيك في إذاعة خبر صحيح خيرٌ من أن تسبقهم في إذاعة خبر غير صحيح"، إي إن خسارة السبق الصحافي مع الحفاظ على الدقة أولى من السبق بالخطأ.

تحري الدقة:

وتتحقق الدقة في العمل الإعلامي عبر آليات تحري الدقـة، التـي تـشمل مايلي:

- التركيز على الحقائق؛ فالعمل الإعلامي يعتمد على الحقائق فقـط فـيما يتعلـق بالتغطية الخبرية خصوصاً، بما يستلزمه ذلك مـن اعـتماد التقـديم الـواقعي، والبعد عن الأخبار والمعلومات المختلقة والمفبركة، والتي لم يتسن التأكد مـن صحتها.
- نسب الآراء والمواقف والمعلومـات إلى مـصادر واضـحة مـذكورة بطريقـة صحيحة ومعرفة تعريفاً متكاملاً.
- ذكر أسماء العلم، والمعلومات، والأرقام، والحقائق على نحو صحيح.
- تحـري الـصحة في حـالات الغمـوض واللـبس بتكـرار البحـث والـسؤال والتقصي.
- مراجعة المعلومات التي يتم الحصول عليها سواء من الزملاء أو المنافـسين أو المصادر المختلفة، والتثبت من صحتها قبل نشرها، كلما كان ذلك ممكناً.
- استخدام الحس الصحافي، وامتلاك الخلفية الثقافيـة، وإدراك الـسياق العـام الذي يؤهل الصحافي لاختبار سلامة المعلومات التي يحصل عليهـا بـصرف النظر عن مدى صدق المصدر الذي استقى منه الصحافي تلك المعلومات.
- تفادي أخطاء الطباعة، والنطق، والنحو، واللغة، والمعلومات، وغيرها.

الأخبار العاجلة والتعامل معها

ويرتبط بكل ما ذكر سابقا كيفية التعامل مع الأخبار العاجلة جدا أو العاجلة أو الفلاش، على اختلاف التسمية بين وكالات الأنباء.

وبهذا الصدد سنأتي على ذكر نموذجين عن كيفية تعامل وكالات الأنباء مع هذا النوع من المواد الخبرية.

أ- وكالة فرنس برس

تفصل وكالة فرنس برس[1] في كيفية التعامل مع الأخبار العاجلة تفصيلا دقيقا، وتقسم ذلك إلى عدة أنواع فتبدأه بالفلاش، ثم المسبق ويليهما العاجل، وتعرف الوكالة كل نوع تعريفا خاصا وتذكر أمثلة على استخدامه، فتقول:

١ - الفلاش:

هو إعلان واقعة فائقة الأهمية ببضع كلمات، ويجب ألا يتجاوز مطلقا السطر الواحد بما فيه المنشأ.

وهو أيضا الإعلان، ببضع كلمات، عن حدث مهم لدرجة يكون فيها وروده كعنوان رئيسي في الصفحات الأولى للصحف مؤكدا، أقله في منطقة جغرافية معينة أو (سوق معين كما هي حال الأخبار الرياضية)، ولا نذكر فيه التاريخ. غير أنه يجب تحديد منشأ البلد الذي صدر عنه إذا لم يكن المكان معروفا جدا.

---

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٤٨-٦٦ بتصرف.

مثلا:

دي موان (الولايات المتحدة) انفجار نووي في مركز (رسميا) ـ أ.ف.ب

ولا يقدم الفلاش بمفتاح (أي عنوان) ويجب أن يتضمن إشارة إلى مصدره: (رسمي) "أعلنت تاس"... إلا في حالات استثنائية كالمشاهدة العيانية خاصة.

ويمكن صياغة الفلاش بأسلوب برقي إذا كانت احتمالات الخطأ مستبعدة. ويجب ألا يتم مطلقا تحضير الفلاش بانتظار الحدث، فقد لا يكون مناسبا، كما يمكن أن ينقل خطأ إلى المشتركين.

ويجب أن يبقى استعمال الفلاش استثنائيا. ويجب الحد من الإفراط في استعماله.

ويضع الفلاش كل المشتركين في حالة تأهب، وهو يوازي طبعة خاصة من الصحيفة بعنوان رئيسي على صفحتها الأولى يمتد على ثمانية أعمدة، ويوازي توقف البث العادي في الراديو والتلفزيون لإذاعة ملحقات إخبارية خاصة.

وبناء عليه يجب ألا يبقى أي فلاش من دون توسيع فوري بواسطة:

- خبر أو عدة أخبار مسبقة تستعيد الفلاش، وتضيف إليه العناصر المتوفرة (خاصة تحديدا أدق للمصدر).
- عاجل يستعيد عناصر الفلاش والمسبق مضافا إليها تكملة جد صغيرة للخبر حتى يشكل بحجم مكثف برقية أولى كاملة أو خبرا موسعا، وإذا لم يكن ذلك ممكنا فعلى الأقل يتم إكمال الفلاش والمسبق بملحق.

- يكتب أول خبر إجمالي بسرعة، ويستعيد هذا الخبر الموسع:
- مضمون الفلاش والمسبق.
- تكملة الخبر التي أضيفت إلى العاجل أو التي أعطيت على حدة بعدة ملاحق.
- كل المعلومات الإضافية التي وصلت أثناء ذلك، مع التحديدات الممكنة لإطار الخبر. يلي هذه البرقية الجامعة قدر ما يلزم من البرقيات التي تكمل الخبر على شكل أخبار موسعة متتابعة.
- برقيات توثيق أو ردود الفعل.. إلخ.

٢ –المسبق:

يقدم المسبق خبرا مهما جدا في سطرين أو ثلاثة.

ويستخدم إما كتوسيع فوري لفلاش، وإما كخبر أول للأحداث التي بالرغم من أنها لا تبرر إرسال فلاش فيجب أن تعلن بشكل ملح جدا.

والمسبق هو خبر موجز، بصياغة مقتضبة ومكثفة لا يتعدى ٣٠ أو ٣٥ كلمة، ويجب أن يحتوي حكما ذكرا للمصدر (عند الاقتضاء، كما قال شهود) حين لا تكون الوكالة هي نفسها مصدره.

ويبث المسبق بالصورة التالية:

١- المفتاح (العنوان) على سطر التعليمات.

٢- على السطر التالي كلمة (مسبق).

٣- فاصل بين سطرين.

٤- على السطر التالي، المنشأ والتاريخ ثم النص.

مثلا:

- مسبق أرسل أثر فلاش

فلاش...

دي موان (الولايات المتحدة) انفجار نووي في مركز (رسميا) - أ.ف.ب

في الثواني التالية يرسل المسبق

انفجار نووي (سطر التعليمات)

مسبق.. (البادئة التي تحدد مدى إلحاح الخبر)

دي موان (الولايات المتحدة) في ٦/ ١/ أ.ف.ب / أفادت الحكومة الأميركية عن وقوع انفجار نووي الأربعاء في مركز ذري بالقرب من دي موان (ايووا).

وترى فرنس برس أن المسبق يعلن خبرا شديد الأهمية ولكن لا يبرر إرسال فلاش.

مثلا:

حادث - طائرة

مسبق...

باريس في ١٠/ ٦/ أ.ف.ب/ أعلن برج المراقبة أن طائرة بوينغ ٧٤٧ أميركية تقل ما لا يقل عن ٢٠٠ راكب تحطمت قرب مطار إورلي - أ.ف.ب

وقد يتطلب حدث إرسال عدة أخبار مسبقة، في هذه الحالة نحتفظ بالمفتاح نفسه.

مثلا:

إعلان عن وقوع زلزال في تركيا باستخدام مسبق.

زلزال ـ تركيا

مسبق...

أنقرة في ١٠ /٦/ أ.ف.ب/ أدى زلزال عنيف الأربعاء لوقوع عدة آلاف من الضحايا في شرق تركيا، كما أعلن رسميا في أنقرة. ـ أ.ف.ب

بعد قليل تعطي السلطات حصيلة أولى تحدد فيها بشكل أدق عدد الضحايا. وتبرر أهمية الحصيلة إرسال مسبق آخر، يقدم كما يلي:

على سطر التعليمات، مفتاح المسبق الأول نفسه:

زلزال ـ تركيا ________________ (المفتاح)

مسبق.... حصيلة أولى.

أنقرة في ١٠ /٦/ أ.ف.ب/ قتل ما لا يقل عن ألفي شخص وجرح ستة آلاف، وفق حصيلة رسمية أولى، بسبب الزلزال الذي وقع الأربعاء في منطقة أرز روم ـ شرق تركيا. ـ أ.ف.ب

ملاحظة: يلي كلمة مسبق، في هذا المثال، عنوان وجيز، وذلك لتمييزه عن المسبق الأول.

وتلجأ وكالة فرنس برس إلى استخدام عدة مسبقات متتالية عند تغطية مؤتمر صحافي أو خطاب لرئيس دولة تضمن كل منهما ما يستدعي اللجوء إلى هذه المسبقات.

ويتبع كل مسبق في مهلة وجيزة جدا لا تتعدى الدقائق، خبر عاجل قصير (١٠٠ إلى ١٥٠ كلمة) يشكل خبرا موسعا لكن مقتضب جدا. وتستعيد هذه البرقية حكما الخبر الذي ورد في المسبق، مضافا إليه بعض الوقائع المهمة.

٣ - العاجل

تنطبق تسمية عاجل على المعلومات التي يجب بثها بسرعة. وهو على ثلاثة أنواع:

أ - العاجل الذي يلي المسبق بطريقة خبر موسع تام أو ملحق.

ب - العاجل الذي يشكل نبأ أول ويقدم خبرا مهما لكنه لا يبرر إرسال مسبق. ويتفاوت حجم هذا الخبر العاجل ما بين خمسة و١٥ سطرا، على ألا يتجاوز في أي حال ١٥٠ كلمة.

ج - يمكن أن يرد ذكر "عاجل" الموجه للمشتركين في رأس مختلف أنواع الأخبار حتى الطويلة منها (خبر موسع أو محصلة).

٤ - الملحق

ورد سابقا ذكر الملحق المستخدم كمكمل عاجل للمسبق. كما يمكن للملحق أن يكمل الخبر الأول العاجل، شرط التذكر أن هذا الاستعمال يجب أن يبقى دائما استثنائيا.

ويجب قدر الإمكان تجنب نمط تغطية الحدث باستعمال الملحقات، إلا حين تكون الساعة الصفر (المتعلقة بأوقات البث لدى المشتركين) وشيكة، أو أن حدثا مهما يمر بتطورات متسارعة.

إن الملحق في حال ضرورته القصوى يجب أن يخضع للقواعد التالية:

- يجب أن يكون وجيزا.

يجب أن يذكر بمفتاح المسبق أو بالعاجل الذي تقدمه أيضا.

- يجب ألا يستعيد مضمون المسبق أو العاجل.

- يجب أن يليهما في أقصر المهل (ربع ساعة على الأكثر).

- يجب أن يكون معدا ليرتبط فورا بهما لتكوين كل صالح للنشر.

ب- وكالة الأنباء الكويتية (كونا):

تبث (كونا)[1] نوعين من الأخبار العاجلة، هما:

١. الخبر العاجل جدا:

يستخدم الوكالة هذا النوع في أضيق الحدود، وفي حالات لا يختلف اثنان على أهميتها البالغة، لاسيما في الأخبار المحلية التي تتعلق بحدث سياسي بالغ الأهمية، أو تتعلق بالأمن الوطني، أو بأحداث دولية من المستوى ذاته، على ألا تكون وكالات أخرى قد بثته قبلها بمدة طويلة، وفي هذه الحال تبثه الوكالة بصفة (عاجل).

ويتضمن الخبر العاجل كلمات قليلة لا تزيد على ١٢ كلمة، مع ذكر المصدر، ويبث الخبر من دون عنوان أو عنوان مفصل أو موقع الحدث وتاريخه.

وتضرب الوكالة أمثلة لهذا النوع من الأخبار، ومنها:

- استقالة الحكومة الكويتية.

---

(١) وكالة الأنباء الكويتية، الدليل المهني، ص ٢٥-٢٧ بتصرف.

- حل مجلس الأمة (البرلمان).
- اغتيال أحد الرؤساء.
- انفجار ضخم في موقع نفطي.

٢. - الخبر العاجل:

تستخدم الوكالة هذا النوع من الأخبار عند بث الأخبار المهمة جدا أو لمتابعة خبر بثته بصورة (عاجل جدا).

ويبث العاجل مع وضع عنوان وعنوان مفصل وموقع الحدث والتاريخ وذكر المصدر، وقد يتضمن فقرة أو فقرتين.

ومن أمثلة هذا النوع من الأخبار:

- مجلس الأمة يؤجل استجواب وزير.
- حريق في موقع نفطي.

وتضع الوكالة ملاحظات يجب أخذها في الاعتبار عند بث الأخبار العاجلة جدا أو العاجلة، منها:

- يلي الخبر العاجل جدا أو العاجل خبر عادي مفصل يتضمن مقدمات للخبر الأساسي تورد فيه تفاصيل إضافية.
- يطلب إلى المحرر أو المراسل بث الخبر مباشرة من مكان وقوع الحدث بأسرع طريقة ممكنة لبثه بصفة عاجل جدا أو عاجل، ثم يتابع تفاصيله في خبر موسع.

ثانيا - التقرير الصحافي:

ثمة تباين بين الإعلاميين في تعريف هذا الشكل وتحديده، فمنهم من يعتبر كل مادة خبرية سوى الخبر العادي والتحليل الصحافي والمقال الصحافي تقريرا صحافيا، وهم بذلك يدمجون التقرير الصحافي والاستطلاع الصحافي والتقرير الصحافي والتدقيق الصحافي في مسمى واحد هو التقرير الصحافي، من دون أن يفرقوا بينه والفنون الخبرية الأخرى.

وثمة أسباب عدة لهذا الخلط لعل في مقدمها عدم تحري الدقة بين الإعلاميين عند إطلاق وصف التقرير على موادهم الخبرية المختلفة، وعامل ترجمة المصطلح عن اللغات الأجنبية الأساسية (الإنكليزية والفرنسية) وشيوع استخدامه بين الإعلاميين.

ويعرف أحد الباحثين التقرير الصحافي في وكالات الأنباء بأنه "شكل تحريري يقوم على الوصف الدقيق والموضوعي، والعرض المرتب المتدفق للأحداث أو الوقائع، بكل التفاصيل والخلفيات الدقيقة، مع الإشارة إلى الجو العام المحيط بها"(١).

والتقرير الصحافي لا يتضمن عادة أي لقاء مع أي شخصية ذات صلة موضوع التقرير، وكذلك لا يتضمن وصفا مسهبا لما يتحدث عنه مستخدما عبارات أدبية، ومترادفات مختلفة، وجملا تعبيرية إنشائية، لأن ذلك مكانه الاستطلاع، بل يركز المحرر على البيانات والمعلومات والإحصاءات والأرقام التي لديه من مصادر موثوق بها، وتتكون لديه فكرة إجمالية عن الموضوع، ثم

---

(١) ياسر عبد العزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٦٥.

يبدأ بترتيب مادته الصحافية دون أن يتقيد بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي.

والمصادر الموثوق بها هنا تتعدد لتشمل مراكز البحث والمعلومات المعتمدة والمجربة، سواء كانت رسمية أو خاصة، والأشخاص ذوي الصلة بموضوع التقرير الموثوق كلامهم والمعتمد على تجربة طويلة وخبرات متراكمة ودراسات محكمة ومعتمدة.

ونعني بعدم التقيد بالمقدمات الصارمة عدم حاجة المحرر إلى اللجوء إلى المقدمات التي تبدأ بالأفعال (التي ذكرت في الفصل الثاني) وإطلاق العنان لقلمه ليبدأ بمقدمة جميلة معبرة تناسب الموضوع المطروح، وتلخص أهم ما فيه بعبارات مركزة وبيانات مهمة.

ويمكن إجمال أهم مميزات التقرير الصحافي في النقاط الآتية:

- يتضمن التقرير بيانات وأرقاما وإحصاءات ومعلومات مهمة من مصادر موثوق بها.
- يبتعد قدر الإمكان عن استخدام الأسلوب الأدبي، ويركز على الجمل المعبرة والكلمات التي تؤدي المعنى المراد منها مباشرة.
- يتناول الموضوع من مختلف الزوايا المرتبطة به، ويسلط الضوء على الجوانب كافة.
- مصادر البيانات والمعلومات تشمل أشخاصا ذوي صلة بالموضوع ودراسات وكتبا ووثائق موثوق بمحتوياتها.

- ترفق بالتقرير أحيانا صور لوثائق أو دراسات مرتبطة به لتأكيد مصداقيته وتعزيز بياناته.
- لا يبدي المحرر أي رأي في الموضوع المطروح سواء كان إيجابيا أو سلبيا بل يكتفي بإيراد البيانات والمعلومات بحيادية وموضوعية.
- لا يلتزم المحرر بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي بل يكون له مطلق الحرية في اختيار مقدمة مهنية معبرة.

ثالثا - التحقيق الصحافي:

يعتبر التحقيق الصحافي مادة لا غنى عنها للصحف اليومية والأسبوعية والمجلات الدورية، لكنه لا يعتبر أساسيا إطلاقا في النشرات التي تبثها وكالات الأنباء العالمية أو المحلية، فقد تخلو نشرة إحدى الوكالات من تحقيق صحافي يوما أو أياما عدة، وقد تبث في أحد الأيام تحقيقات صحافية عدة.

ويقوم التحقيق الصحافي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحافي من المجتمع الذي يعيش فيه، ومن المصادر التي يتعامل معها، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها ليصل إلى الحل الذي يطرحه المشاركون في التحقيق.

وربما يتضمن التحقيق شرحا وتفسيرا وبحثا عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدوره حولها.

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته مهمة لأكبر شريحة ممكنة من

الأشخاص المستهدفين، وأن تتسم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة لموضوع طرح سابقا.

ولا ينبغي للصحافي أو المحرر الذي أعد التحقيق الصحافي أن يطرح وجهة نظره في الموضوع إطلاقا، بل عليه أن ينقل ويلخص ما طرحه الأشخاص المشاركون في التحقيق بحيادية وموضوعية، دون أن يرجح رأيا على آخر، أو يساند توجها ويغض الطرف عن التوجه الآخر.

وعلى الصحافي أن يختار الأشخاص الذين يلتقيهم بعناية ودقة، بحيث يكونون من ذوي الصلة بموضوع التحقيق، ومن أصحاب رؤى وتوجهات مختلفة.

ومن الضرورة بمكان أن يرفق الصحافي تحقيقه الصحافي بصور الأشخاص الذين أجرى لقاءات معهم، وصور عن الموضوع الذي يتطرق إليه، ليعزز مصداقية عمله.

وظائف التحقيق الصحافي:

يؤدي التحقيق الصحافي وظائف عدة تتلاقى مع الوظائف التي يؤديها الإعلام بصورة عامة، ويمكن توضيحها بالتقاط الآتية:

١. **وظيفة الإعلام**: حيث ينشر التحقيق حقائق وبيانات مهمة ومعلومات جديدة بين القراء.
٢. **تفسير الأخبار**: يفسر التحقيق الصحافي الأخبار والأحداث ويشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والعلمية والرياضية والأمنية.. إلخ.

٣. **التوجيه والإرشاد**: يتصدى التحقيق لقضايا المجتمع ومشكلاته، ويسعى إلى البحث عن حلول يطرحها متخصصون وذوو خبرات وتجارب.

٤. **التسلية والإمتاع**: يركز التحقيق الصحافي في أحيان عدة على جوانب طريفة ومسلية في الحياة.

٥. **الإعلان**: يشيد أحياناً التحقيق الصحافي بمشروع معين وإنجاز مهم، ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

لغة التحقيق

إن لغة التحقيق هي عملية بناء متكامل، يشمل اللغة التي تحمل دلالات ورموزًا، يعلم القارئ من خلالها بالمشكلة أو الظاهرة، ويشمل أيضًا تسلسل تقديم وجهات النظر المختلفة، كما يحتوي على الترتيب المنطقي للحجج والأدلة.

وتنقسم صياغة التحقيق الصحافي إلى خمسة أساليب أساسية[1]:

١. **أسلوب العرض**: ويتميز بالبساطة والجاذبية، ويستخدم عندما يكون التحقيق متضمنًا لكمية هائلة من المعلومات والمواقف.

٢. **الأسلوب القصصي**: ويتميز بالإثارة والحيوية والرشاقة، وغالبًا مايستخدم في التحقيقات التي تدور حول قضايا تغطي فترة زمنية طويلة، أو تشمل مناطق عديدة، أو تتعلق بأطراف مختلفة.

٣. **الأسلوب الوصفي**: يتسم هذا الأسلوب بوجود قدر معين من الوصف

(١) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف، قطر، ط١، ٢٠٠١، ص١٠٠.

المباشر للمكان أو للأشخاص، ويستخدم عادة في التحقيقات التي تهدف في المقام الأول إلى التعريف بأمر ما، أو منطقة ما، أو فئة اجتماعية معينة.

٤. **أسلوب الحديث:** وهو يعتمد أساساً على آراء شخصية واحدة أو عدة شخصيات، بحيث تكون هذه الآراء هي الهيكل، والعمود الفقري للتحقيق، وأثناء عرض هذا الحديث، أو هذه الآراء يقوم الصحافي بتقديم معلومات ووقائع.

٥. **الأسلوب المختلط:** وهو أسلوب عام، لا يتقيد بنمط معين، بل يأخذ من الأساليب السالفة الذكر وفق ما يقتضيه الحال وطبيعة التحقيق ذاته، وهذا النوع من الأساليب يتطلب مهارة لخلق بنية متماسكة للتحقيق الصحافي.

إن التحقيق الصحافي، لا يحتمل العرض المبني على العموميات والأسلوب الإنشائي، واستعمال الشعارات، لأنه باختصار يرمي إلى الغوص بعيدًا لمعرفة الأسباب، والتنقيب ليس فقط لتشخيص المشكلة، بل بغرض وضع الحلول العملية الملائمة لها.

رابعا - التحليل الصحافي:

يعتبر التحليل الصحافي (الإخباري) علما قائما بذاته وله العديد من الطرق والمفاهيم التي تدعمه، كما يعتبر أرقى الفنون الخبرية وأكثرها صعوبة وأهمية في الوقت نفسه، لأنه يحتاج إلى مهارات عدة من أهمها:

- إدراك شامل للموضوع الذي يتطرق إليه.
- خبرة متراكمة في التعامل مع الفنون الخبرية الأخرى.

- تجربة طويلة في ممارسة العمل المهني.
- التخصص في ميدان معين والإلمام بجميع جوانبه.

القدرة على عرض الحقائق والأحداث والوقائع والأدلة والاستنتاجات عرضا متسلسلا ومنطقيا والربط بينها بصورة محكمة.

- تمكن ناصية اللغة والقدرة على استخدام أساليب تعبيرية متعددة توضح المعاني المراد الوصول إليها بسهولة ويسر.

ومن شأن التحليل أن يجعل لبعض المواد الخبرية التي تبثها الوكالة معنى ومغزى، ويكسبها فهما أوسع وأشمل، ويسلط الضوء على زوايا عدة، ويتوصل إلى استنتاجات وخلاصات مستندة إلى أدلة وحجج وبراهين،ويمزج بين الخبر والمعلومات الرامية إلى التفسير من جهة، وبين رأي الصحافي من جهة أخرى.

ويعد التحليل في وكالات الأنباء عادة " بطرح "حجة مركزية" في المقدمة، تعبر عن رأي أو توجه ما، ثم يدعم المحرر هذه الحجة بعدد من الاقتباسات وأقوال المصادر والمحللين والوقائع والبيانات والإحصاءات والأحداث السابقة. كما يعرض المحرر في سياق التحليل بعض الآراء الداحضة للحجة المركزية أحيانا، أو بعض الأحداث التي تقلل من وجاهتها. أما التحليل الإخباري فلا يختلف عن التحليل في الكثير، إلا أنه أحيانا يميل محررو التحليل الإخباري إلى زيادة الجرعة الإخبارية فيه. كما أن الاستعانة بأقوال وتصريحات وتقييمات المحللين غالبا ما تزيد في هذا الأخير[1].

---

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٦٩.

لغة التحليل

يدعو المحللون المرموقون كل من أراد الخوض في غمار كتابة أي تحليل صحافي إلى تجنب استعمال عدد كبير من التصريحات أو الخطب، أو استعمال الحجج، التي لا تفضي إلى توضيح القضية الأساسية بحيث يقتضي أن يوضع في الحسبان، بأنه في التعليق، ينبغي أن يركز الصحافي على مسألة أساسية واحدة، وأن يعبر عن وجه نظر أكيدة، أو عن حجة منطقية في شكل وجيز، وهذا يسمح للمعلق بأن يؤدي المهمات التي تعتبر عمليًا مستحيلة في ميادين أخرى كالأدب مثلاً.

ويجب أن يدرك المحلل أنه لا يمتلك إلا سطورًا قليلة، يقدم من خلالها تحليلا واضحًا ومختصرًا، وأن الإكثار من الكلمات الغريبة، أو التعابير الفنية الصعبة، تجعل التحليل نصًا غير سليم، وتجرده من رونقه وجدته، وأحيانًا من البيان السليم. ومن الجلي أن التحليل الذي لا يقرأ هو تحليل عديم الجدوى، وأن اللغة التي تفتقر إلى الدقة أو السلاسة، وإلى الحجة الدامغة والمنطقية، التي قد تعوض -نتيجة سوء التحكم في الموضوع المعالج- بكلام يستمد من هنا وهناك عشوائيًا، تجعل التحليل يحيد عن الهدف الذي أنجز من أجله، ويخلق لدى القارئ نوعًا من الاضطراب الفكري، وسوء الفهم، وبالتالي عدم تقدير الأحداث حق قدرها[1].

---

(١) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٩١.

خامسا - اللقاء (الحوار) الصحافي:

فن يقوم على الحوار بين الصحافي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

وتتعامل وكالات الأنباء العالمية والمحلية مع اللقاءات الصحافية وفق أسلوبين هما:

أ- الأسلوب التحريري:

وهو الأسلوب الشائع والمتعارف في التعامل مع اللقاءات الصحافية التي يجريها الصحافيون مع شخصيات مهمة، أو شخصيات أدت دورا مهما في أحداث جرت في المدة التي جرى فيها اللقاء.

وفي هذا الأسلوب يتعامل الصحافي مع المادة الخبرية بأسلوب تحريري صرف، فيبدأ المادة بمقدمة تتناول أهم النقاط والمعلومات التي ذكرها ضيف اللقاء، ثم يسرد الصحافي سائر المعلومات والنقاط بالصيغة المعهودة في الخبر العادي، ومن ذلك:

وقال الضيف إن....

وذكر.....

وعن الجانب.... أوضح أن..

ب- الأسلوب النصي:

وهو أسلوب نادر الاستخدام في وكالات الأنباء، لكن لانعدم وجوده

بين حين وآخر على نشرة إحدى الوكالات.

وغالبا ما تلجأ وكالات الأنباء إلى هذا الأسلوب عندما يكون اللقاء مع شخصية عالمية مهمة، كرئيس دولة، أو الأمين العام للجامعة العربية، أو الأمين العام لمنظمة الأمم المتحدة، وتكون الكلمات الصادرة عنه تحمل دلالات مهمة ومعاني ذات وقع شديد.

وفي هذا الأسلوب يعمد الصحافي إلى كتابة مقدمة من فقرة أو اثنتين أو ثلاث تتضمن أهم ما احتواه اللقاء من معلومات وقضايا، ثم يسرد اللقاء حرفيا بصيغة سؤال وجواب، مع الالتزام الحرفي بأجوبة الضيف دون تدخل من زيادة ولا نقصان.

وبعد وضع المقدمة المناسبة يذكر الصحافي العبارة المألوفة بهذا الصدد، وهي:

وهذا نص اللقاء:

....

ويستعد الصحافي لإجراء اللقاء بالاطلاع على معلومات مهمة عن ضيفه، وقراءة تصريحاته وأفكاره، وتحضير الأسئلة بدقة وعناية، والاحتفاظ بالتسجيل الصوتي مدة زمنية معقولة بعد نشر اللقاء، والتقاط الصور المناسبة، مع التقيد بالموعد المحدد للقاء.

ويقول أحد الباحثين إن اللقاء (الحوار) الصحافي شهد تحولات عديدة في بنائه، فقد انتقل من مجرد خبر بسيط، ليصبح بمنزلة دراسة لطرق التفكير الإنساني، وكشف خفايا الأفراد وأفكارهم ومعتقداتهم، ومزاجهم، كما أضحى منهج بحث مهم من أجل استجلاء الحقيقة.

ومن المعلوم أن الكيفية الحية للانتقال من النقل البسيط للخبر إلى التطرق للجو العام، الذي يجري فيه الحديث، وإلى عناصره، وكذلك التركيز على خبايا حياة الإنسان، كل هذه المواصفات تظهر جلية لأصحاب الأحاديث المرموقين وأثبتت الأبحاث الإعلامية أن القارئ العادي يتأثر بحديث الشخصيات البارزة في مجتمعه، أو في العالم، أكثر مما يتأثر بكتابات أو أبحاث عن الموضوعات نفسها، كما أن القارئ يقترب من فهم القضايا المعقدة من خلال الحوار مع شخصية مهمة، أكثر من أي طريقة صحافية أخرى، وتبرز في الحديث الصحافي عبقرية، وفطنة، وثقافة الصحافي في الحصول على المعلومات التي يرى أنها تلبي رغبة القراء، وتجيب عن تساؤلاتهم.

ومن الواضح أن كيفية طرح الأسئلة، وأسلوب صياغتها يؤثران بشكل كبير في مضمون ولغة الحديث الصحافي، وهكذا فإن الصحافي الذي يطرح أسئلة سهلة تؤدي إلى الإجابة بنعم أو بلا، أو بنسبة، لا يمكنه أن يتوقع إلا أجوبة بسيطة، أي من نوع الأسئلة[1].

سادسا - الاستطلاع الصحافي:

هو مادة خبرية تصف بصورة مشوقة جذابة آسرة معلما تاريخيا أو معاصرا، أو حدثا يتضمن ميزات عدة يحصل في منطقة ما، مرفقة بالصور الجميلة المعبرة والأشكال الموضحة.

وقد يكون هذا المعلم قصرا أو قلعة أو معبدا أو مدينة أو قرية أو بيتا..

---

(١) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ١٠٢.

إلخ يستحق أن تخصص له مادة خبرية بصورة استطلاع مصور لأنه يحمل دلالات تاريخية وأثرية، أو يتضمن معالم جمالية ومعمارية، أو يتفرد بمميزات قل مثيلها، في حين يكون الحدث الذي ذكر آنفا معرضا مميزا في أحد المجالات الأدبية أو الفنية أو العلمية، أو أمرا غريبا ونادر حصل في إحدى الدول.

وثمة مميزات للاستطلاع الصحافي يمكن ذكرها في النقاط الآتية:

- يتضمن معلومات وبيانات عن المعلم من مصادر موثوق بها.
- يعتمد على تغطية للمعلم أو الحدث باشرها المحرر بنفسه وليست مأخوذة من صور معينة أو وسيلة إعلامية نشرت تغطية كاملة عنه.
- يتناول جوانب عدة من العمل أو الحدث ليقدم موضوعا يثري معلومات القارئ ويزيد معرفته.
- مصادر البيانات والمعلومات تشمل أشخاصا ذوي صلة بالمعلم أو الحدث ودراسات وكتبا ووثائق موثوق بمحتوياتها.
- ترفق بالاستطلاع صور معبرة عن المعلم أو الحدث تجعل القارئ كأنه يراه أمامه ويعيش مع تفاصيله ومحتوياته.
- لا يلتزم المحرر بالمقدمات الصارمة المتعارفة في الخبر العادي بل يكون له مطلق الحرية في اختيار مقدمة مهنية جذابة ومعبرة.

لغة الاستطلاع[1]

اقترن تاريخ ظهور الاستطلاع بنصوص الكتاب الذين وصفوا الطبيعة المحيطة بهم، والناس الذين كانوا يقاسمونهم الحياة. ومن أجل ذلك، هناك من يدمج الرحالين ضمن كتاب الاستطلاعات، لكونهم طافوا عبر عدد من البلاد والأمكنة، وعادوا بوصف لما رأوه، وما لبسوا من أثواب وذاقوا من الأطعمة.

إن دخول رجال الأدب في ميدان الاستطلاع، أثر بعد الحرب العالمية الأولى تأثيرًا كبيرًا على الطابع الفني للاستطلاع، حيث لم يعد هذا النوع الصحافي، مجرد وصف سطحي، بل تطور في شكل أدبي وحوار وقصة بكيفية تهم الإنسان.

والاستطلاع المعاصر، ليس مجرد تسجيل سطحي للواقع الحي ولكنه جواب لجملة من الاستفسارات المعقدة المتعلقة بحياتنا، وفي هذه الحال، فإن تجربة المحرر، ومؤهلاته المهنية، وزاده اللغوي، وإلمامه بالموضوعات المعالجة، تؤدي دورًا مهمًا في كتابة استطلاع متميز.

والمهمة الأساسية لكاتب الاستطلاع، هو مشاهدته لما يجري حوله من أحداث، وما يقال من كلام، ثم يسجل انطباعاته عن كل هذه الأشياء. وعمله الأصلي، يتمثل وقتئذ في: النظر - السمع - الفهم- التسجيل، القرار.

وإذا خانت اللغة المحرر، أو إذا لم يشعر القارئ بالمكان، وبالأحداث، والناس، أي بالبعد الدرامي الإنساني، الذي يتضمنه كل حدث، يفقد الاستطلاع الصبغة الإنسانية، ويكون ميتًا يشتم من خلاله رائحة التقرير الإداري.

---

(١) نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٩٧.

إن نقل ما تمت مشاهدته والاستماع إليه والإحساس به، كلها عمليات تتطلب من المحرر أن يكون مزودًا بلغة ثرية بالمعاني الضرورية لرصد هذه الإحساسات الثلاثة، أما إذا عجزت لغة المحرر عن وصف ما رصدته حاسة من الحواس، فإن نقله للواقع الحي المتعدد المشهد، سيكون مبتورًا ومختلاً، وغير ذي رونق وجاذبية. لذا فإن لغة الاستطلاع يجب أن تكون تنبض بالحيوية والنشاط، أي تجعل الواقع من خلال القراءة، أو الاستماع، أو المشاهدة، يتحرك من جديد كأنه يعاد تمثيله.

سابعا – التوثيق الصحافي:

منذ القدم أحس الإنسان بحاجة ماسة إلى توثيق الأحداث التي مر بها، إثباتاً لدوره في صنع تلك الإحداث والمشاركة فيها وتأثيره عليها، ولولا عملية التوثيق التي قام بها الإنسان على مر العصور لما استطاعت البشرية أن تتعرف إلى الحضارات المختلفة السابقة ولما وصلت إليها أخبارهم.

وبداية عملية التوثيق المعروفة حاليا كانت مع الحضارات الأولى حيث استخدم الإنسان طرقا وأساليب مختلفة باختلاف الأدوات والمقومات المتاحة في ذلك الوقت، والتي تعتمد على الظروف البيئية المحيطة بكل فترة زمنية. ويتجلى ذلك بوضوح في الآثار والعملات والمخطوطات القديمة التي عثر عليها والتي تضمنت معلومات تشير إلى الحقب الزمنية التي كان يعيش بها صانعو تلك الآثار والتي علمنا من خلالها تفاصيل حياتهم اليومية وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

وفي أواخر القرن التاسع عشر أصدر العالمان أو تليت ولافونتين ببليوغرافيا بغرض تجميع الإنتاج الفكري المنشور، ويعد ذلك العمل أول عمل موثق، وأطلق على ذلك النشاط الذي قاما به مسمى توثيق، وتتالت بعد ذلك الدراسات والأبحاث المهتمة بعلم الببليوغرافيا وتطورت إلى إن وصلت إلى ما هي عليه حاليا إذ يُمكن الحصول على المعلومة بأسرع وقت وأقل كلفة وجهد[1].

ويعرف قاموس وبستر التوثيق بأنه تجميع للمعرفة المسجلة وترميزها وبثها، على أن تعامل هذه المعرفة بطريقة شاملة وبإجراءات متكاملة، مع الاستعانة بعلم المعاني والوسائل الآلية بأساليب التصوير المختلفة حتى تنال المعلومة أكبر قدر من الإتاحة والاستخدام.

ومع أن التوثيق فن قائم بذاته يرتبط ارتباطا وثيقا بعلم المعلومات والمكتبات ومراكز البحث والتوثيق، فإن وسائل الإعلام تستخدمه بصور عدة، لتجعل منه أحد الفنون الصحافية.

وفي علم الإعلام هناك ما يعرف بعلم التوثيق الإعلامي الذي يفرق المتخصصون بينه وبين العمل المكتبي العام، والعمل المكتبي المتخصص، والعمل الببليوغرافي. وفي هذا العلم يطلع الباحث على مواضيع عدة منها الجمع والاقتناء، والتصنيف والفهرسة، والتكشيف، والاستخلاص، والتسجيل على وسائط تقليدية أو ورقية أو مصغرة أو وسائط إلكترونية، والتخزين ثم الاسترجاع اليدوي أو الآلي، والنشر والبث.

---

(١) www.alyaseer.net

ويختلف التعامل مع التوثيق من وكالة إلى أخرى، فثمة وكالات تدرج كل ما له علاقة بارتباط زمني تاريخي أو لمحة عن مدينة أو بلد أو شخصية ضمن هذا الفن، وهناك وكالات تفصل فن التوثيق فتنشر قسما منه تحت مسمى بطاقة شخصية وآخر تحت مسمى بروفيل، فيما تستخدم بعض الوكالات مسميات أخرى كالنبذة الشخصية، ورجل في الأخبار، وإطار، لكنها جميعا تندرج تحت راية هذا الفن الصحافي.

وتحتوي المادة التوثيقية عادة على نوعين هما:

أ – الشخصيات:

في هذه الحال تتضمن المادة التوثيقية تعريفا مختصرا أو مطولا بالشخص أو بالشخصيات الذين يتركز عليهم الحدث ويتفاعلون مع الأحداث الجارية، ويشكلون بؤرة اهتمام في منطقة معينة أو في العالم أجمع.

وتتضمن هذا المادة عادة معلومات أساسية عن الشخصية، ورؤية تحليلية لدورها وممارستها، ورؤية استشرافية لمستقبلها ونقدية لماضيها. مع بيان الشهادات التي نالها والمناصب التي شغلها والإنجازات التي حققها، والأسباب التي دعت إلى تسليط الضوء عليه، وماله وما عليه.

ب – المعالم:

تتضمن المادة التوثيقية في هذه الحال معلومات عن معلم ما كمدينة أو قرية أو منطقة جرى فيها حدث مهم، أو مبنى أو معبد ارتبط بقضية أثارت اهتمام الإعلام، أو نبذة عن طريقة الحكم وأسلوب اختيار المرشحين

لانتخابات تشريعية أو رئاسية في بلد معين..إلخ.

وفي كلتا الحالين يسرد المحرر المعلومات والبيانات بطريقة سردية تتضمن أرقاما وبيانات وإحصاءات، ويبدأها بمقدمة تمثل مدخلا لهذه المادة التوثيقية.

وتفصل وكالة فرنس برس[1] في هذا الفن من حيث توثيق المعالم أو توثيق السير الذاتية للأشخاص، فتقول:

ثمة نوعان من السير الذاتية، هما:

أ- الهوية الموجزة:

لا تتعدى عادة الهوية الموجزة الصفحة الواحدة، ويجب في كل حال ألا تتجاوز الـ ٤٠٠ كلمة. وهي توزع مباشرة بعد إعلان الحدث (انتخاب شخصية، جائزة نوبل، وفاة.. إلخ).

ويجب حكما أن تعدل الفقرة الأولى للهوية الموجزة أو أن تكمل (وتقوم بذلك أمانة التحرير في حال لم تقم به المكاتب المنتجة للخبر) كي تذكر بالحدث وتحدد عمر الشخصية فورا.

ب- البطاقة الشخصية:

خبر طويل نسبيا يراوح بين ٤٠٠ و٨٠٠ كلمة يجمع إلى جانب عناصر السيرة الذاتية حصرا (التواريخ، مراحل المهنة) ملامح الشَخصية، موضوع الحدث، دورها، سلوكها...إلخ.ويجب أن تنطلق الملاحظات المتعلقة بالبطاقة الشخصية من الجوانب الإنسانية ويجب أن تضم شيئا من النوادر والشهادات.

---

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٨٤.

ويكتفى بالهوية الموجزة بالنسبة للشخصيات الثانوية، أما بالنسبة للشخصيات الرئيسية فتعطي أولا الهوية الموجزة، تتبعها البطاقة الشخصية، وذلك بناء لاهتمامات الزبائن في منطقة جغرافية معينة.

وفيما يختص بالشخصيات العالمية يضاف إلى الهوية الموجزة وإلى البطاقة الشخصية بطاقة شخصية موسعة تكتب بأسلوب المجلات قد تستوعب ٨٠٠ كلمة، وشهادات لشخصيات (رئيسية) على معرفة بالشخصية العالمية، على أن تكون بعض عناصر البطاقة الشخصية والشهادات قد ذكرت بإيجاز في البطاقة الشخصية. وعند الاقتضاء تنشر كذلك بطاقة عائلية تقدم بإيجاز أقرباء الشخصية المذكورة.

و في بعض الحالات يمكن توزيع الهوية الموجزة والبطاقة الشخصية مسبقا على الزبائن على أن يضاف إليهما ملاحظات إلى أقسام التحرير تشير بوضوح إلى أن نشر هذه البرقيات لا يتم إلا بعد وقوع الحدث المنتظر.

وتسمي وكالة فرنس برس القسم الآخر من التوثيق المتعلق بالمعالم "البطاقة الفنية"، وتعرفها بأنها ملخص موجز جدا من نحو ٢٠٠ كلمة، يتضمن وصفا لتجهيزات فنية أو لنوع من الأسلحة أو لحدث ما، وتكون هذه البطاقة الفنية مفيدة جدا، وتستعاد جيدا قبل الانتخابات مثلا، أو قبل أي إجراء آخر فيه بعض التعقيد.

الفصل الرابع

الأشكال الخبرية المساندة

تعد الفنون الخبرية التي ذكرت في الفصل السابق الفنون الرئيسية المعهودة في وكالات الأنباء، إضافة إلى الخبر العادي الذي تطرق البحث إليه في الفصل الثاني من الكتاب.

وإضافة إلى هذه الفنون الخبرية ثمة مواد خبرية تنشرها وكالات الأنباء العالمية والمحلية في نشراتها يمكن تسميتها الأشكال الخبرية المساندة، كما سماها الزميل الباحث ياسر عبد العزيز في كتابه (عولمة وكالات الأنباء).

وهذه الأشكال المساندة لا ترقى إلى تسمية كل منها فنا لأنها لا تتضمن مايحويه كل فن من الفنون الرئيسية المذكورة في الفصل السابق من أساليب خبرية، وسمات ومعايير مهنية وزمنية وإعلامية، ولا تحتاج إلى بذل جهد كبير في التعامل معها، إضافة إلى اقتصار بعضها على وكالات الأنباء فحسب.

وهذه الأشكال "قد يحوي بعضها عناصر خبرية، ويحوي بعضها الآخر معلومات توثيقية، ويقدم جزء منها الخلفيات والأطر اللازمة لتوضيح حدث ما، أو تسعى الوكالة من خلالها إلى المساعدة على عرض بعض الحقائق أو المعلومات أو البيانات المعقدة بشكل بسيط وسهل ومركز ودقيق.

وفيما تتعدد الأشكال الخبرية المساندة في وكالات الأنباء المعاصرة، ويختلف عددها ومسمياتها وأشكالها من وكالة إلى أخرى، فإنها تنقسم إلى جزأين أساسيين؛ أحدهما يمثل شكلا خبريا قائما بذاته، تتوافر فيه عناصر الجدة والآنية، ويصلح ليقدم كمادة مستقلة، لكن في سياق تقديم حدث ما، وإلى جانب مواد أخرى خبرية رئيسية عن الحدث، والثاني يمثل شكلا مكملا وملحقا بمادة خبرية أخرى، بغرض توضيحها وتفسيرها.

كما تؤدي هذه الأشكال وظيفتين أساسيتين؛ إحداهما وظيفة إخبارية مباشرة، تتمثل في توفير المادة الصالحة مباشرة للنشر والاستخدام من قبل الوسيلة الإعلامية المشتركة في خدمات الوكالة، والوظيفة الثانية تقف عند حدود المحررين العاملين في هذه الوسائل المشتركة في خدمات الوكالة؛ إذ تتوجه لهم هذه الأشكال بغرض مساعدتهم على إنجاز عملهم بصورة أفضل[(١)].

أهم الأشكال الخبرية المساندة

أولا - أحداث اليوم في التاريخ

تبث عدد من الوكالات المحلية والعالمية هذا الشكل من الأشكال الخبرية في افتتاح نشرتها عادة، وتلجأ في تحريره إلى الشكل التوثيقي التسلسلي للأحداث، فتبث ما حدث من أحداث مهمة لها أو للمنطقة التي تبث لها أخبارها، وتبدأ من السنة التي تملك لها معلومات أو بيانات موثقة، ثم تتدرج في

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٧٧.

التسلسل وصولا إلى آخر مدة زمنية بلغتها، وغالبا ما تكون العام السابق للبث.

وتبث بعض الوكالات في نشرتها في اليوم نفسه مواد خبرية عن بعض المناسبات التي تتزامن ذكرى حدوثها مع اليوم نفسه، كتأسيس جامعة كبرى، أو انطلاق بطولة رياضية مهمة، أو توقيع اتفاقية تاريخية، أو وفاة شخصية أدت دورا مهما في تاريخ ومسيرة بلد ما.

وتلجأ بعض الوكالات إلى بث ما حدث من وقائع في السنوات الماضية متزامنة مع اليوم نفسه ومع اليوم اللاحق له، وبهذا تمهد لوسائل إعلام أخرى لإعداد مواد خبرية مناسبة مسبقا عن الأحداث التي تتزامن مع هذا اليوم اللاحق.

وفيما يلي مثالان مختصران لاستخدام هذا الشكل أحدهما في وكالة فرنس برس، والآخر في وكالة الأنباء الكويتية (كونا).

أ- نموذج فرنس برس:

هذا/ اليوم/ في/ التاريخ

٢٩ تموز/ يوليو

نيقوسيا ٢٩-٧-٢٠٠٧ (أ ف ب)-

١٩٠٠- فوضوي يغتال ملك ايطاليا اومبرتو الأول.

١٩٠٧-الكولونيل روبرت بادن باول يؤسس الحركة الكشفية في بريطانيا.

١٩١٤ـ امبراطورية النمسا - المجر تبدأ سلسلة هجمات على صربيا

استمرت بلا جدوى حتى التاسع من كانون الأول/ ديسمبر.

....

٢٠٠٤- وفاة العالم البريطاني حائز جائزة نوبل فرنسيس كريك الذي ساهم في اكتشاف التركيبة اللولبية المزدوجة للحمض الريبي النووي.

ب- نموذج كونا:

تاريخ/ كويت/ أحداث

حدث في مثل هذا اليوم في الكويت

الكويت - ٢٩ - ٧ (كونا) --

٢٩ يوليو

١٩٦١ - توقيع اتفاقية امتثال لضريبة الدخل بين سمو أمير البلاد الشيخ عبدالله السالم الصباح وشركة الزيت الأميركية المستقلة.

٢٠٠١ - تأسيس وإشهار الشركة المتحدة للفحص الفني برأسمال مليون دينار كويتي بهدف القيام بالفحص الفني الدوري للمركبات وملحقاتها وتحديد كفاءتها وإصدار شهادات بالنتائج مع بيان مدى مطابقة المركبة لأنظمة الفحص المعتمدة وذلك بعد موافقة وزارة الداخلية.

٢٠٠٣ - سمو أمير البلاد الشيخ جابر الأحمد الصباح يصدر المرسوم

رقم ١٥٣ في شأن وزارة الطاقة، حيث تحل محل كل من وزارة الكهربـاء والمـاء ووزارة النفط في جميع الاختـصاصات التـي كانـت لهـاتين الـوزارتين، فتتـولى شؤون الثروة النفطية والعمل على توفير الطاقة الكهربائية والمياه.(النهاية)

ثانيا – شريط الأحداث والتسلسل الزمني

تـستخدم بعـض وكـالات الأنبـاء هـذا الـشكل مـن الأخبـار لعـرض التطورات التي حصلت لحدث ما بصورة متسلسلة.

وتفصل وكالة فرنس برس في ذلك فتستخدم شكلين، هما:

أ- شريط الأحداث

يعرض شريط الحدث بعد فقرة أولى تلخص الحـدث ونهايـة التطـورات المتتالية التي طبعته.ويذكر فيـه مـا يلـزم مـن التحديـدات المتعلقـة بـالتواريخ بالساعات، والأمكنة. وهو يتناول عادة فترة زمنيـة قـصيرة نـسبيا (مـن بـضع ساعات إلى بضعة أيام).

ب – التسلسل الزمني:

يختلف التسلسل الزمني عن الشريط بنقطتين:

١ – يتناول فترة زمنية أطول، يمكن أن تمتد سنوات عـدة، ولا يـذكر إلا بالتواريخ (لا بالساعات).

٢ ـ يكتب بأسلوب أشد اقتضابا من الشريط.

وفي حين يمكن أن يحتوي الشريط على عدد من الملاحظات المتعلقة بإطار

الحدث أو بالجو العام، يكتفي التسلسل الزمني بتعداد أهم الأحداث التي ميزت فترة زمنية كاملة.

ثالثا - المواد الخبرية المتوقعة

تبث معظم وكالات الأنباء في بداية بثها الموجه إلى منطقة ما، أو إلى جميع المشتركين في خدماتها ومنتجاتها، مادة خبرية تتضمن عددا من المواد الخبرية المتوقع بثها على نشرتها لهذا اليوم، وذلك على شكل فقرات صغيرة تختار لها عنوانا (مفتاحا) معينا يدل على مضمونها.

وفي بعض الأحيان ترفق وكالات الأنباء هذه المواد الخبرية المتوقع بثها بالتوقيت المتوقع لهذا البث، كما ترفق معها ما يشير إلى وجود صور معها أو لا.

وفي هذه الحال تساعد الوكالات العاملين في وسائل الإعلام الأخرى من صحف ومواقع على الإنترنت ومحطات إذاعة وتلفزيون على الاستعداد والتهيؤ لهذه المواد المتوقعة، كما يمكن أن تساعد المحررين في وكالات الأنباء الأخرى فتطلعهم على أحداث ربما لم يكونوا على علم بها، وتتيح لهم فرصة تغطيتها من مكاتبها أو محطات الإذاعة والتلفزيون التي تتعامل معها.

وهذه المواد المتوقعة تتضمن مواد خبرية متنوعة، كالتحقيقات والتقارير والاستطلاعات والمواد التوثيقية، لأن هذه المواد لا ترتبط عادة بحدث معين، إضافة إلى تضمن قائمة الأخبار المتوقعة مواد خبرية عادية كوصول مسؤول كبير إلى منطقة معينة، أو افتتاح مؤتمر دولي أو إقليمي، أو عقد مؤتمر صحافي لمسؤولين كبار، أو عقد انتخابات رئاسية أو تشريعية مهمة في منطقة معينة.

وفي بعض الأحيان تلجأ وكالة ما إلى إلغاء إحدى موادها الخبرية التي كان متوقعا بثها على نشرتها ليوم معين، وتبث للمشتركين ما يفيد بإلغاء هذه المادة لأسباب مختلفة، كإلغاء الحدث نفسه، أو تعذر بث المادة لأسباب فنية. أو ترسل إلى المشتركين ما يفيد بأن بث مادة خبرية متوقعة سيتأخر مدة زمنية ما (ساعة مثلا أو أكثر) بسبب حدوث أمر طارئ أو مشكلة فنية.

وتنسق وكالات الأنباء عادة مع مكاتبها المحلية أو الخارجية لبث المواد الخبرية المتوقعة، بحيث تكون المادة جاهزة عند المسؤولين في مركز البث الرئيسي للوكالة قبل مدة معينة، لاسيما إذا كانت فنا خبريا غير مرتبط بأي حدث،إضافة إلى إخبار مركز البث الرئيسي بالحجم المتوقع للمادة.

وإذا بثت الوكالة المواد الخبرية المتوقعة في بداية النشرة ثم أرادت إضافة مواد جديدة إليها، فإنها تبث رسالة إلى المشتركين تفيدهم بأن هناك إضافات أو تكملة للأخبار المتوقعة.

وهذان نموذجان لبث الأخبار المتوقعة:

أ- نموذج وكالة فرنس برس

توقعات

نيقوسيا ٣٠-٧-٢٠٠٧ (ا ف ب)- مواضيع متوقعة اليوم الاثنين:

الأردن/ العراق/ اوكسفام/ مساعدات

عمان

--

أعلنت "اوكسفام" ومنظمات غير حكومية عراقية ودولية أخرى في تقرير نشر اليوم الاثنين أن ثلث سكان العراق أي حوالي ثمانية ملايين شخص بحاجة ماسة لمساعدات طارئة وتحدثت عن مخاطر تزايد عدم الاستقرار في هذا البلد.

تم بثه

العراق/ سياسة/ انقسام

بغداد

استأنف القادة العراقيون المتنازعون حربهم الكلامية بعد أن شهدت البلاد يوما من الوحدة واحتفالات بفوز منتخبهم الكروي بالكأس الآسيوية.

قرابة الساعة ١٣،٠٠ تغ

اليابان/ انتخابات

طوكيو

-

استبعد رئيس الوزراء الياباني المحافظ شينزو ابيه المسؤول عن الهزيمة التاريخية لحزبه، مجددا الاثنين تقديم استقالته رغم الضغوط التي يتعرض لها لكنه تعهد بإجراء تعديل قريبا في حكومته التي لا تحظى بتأييد شعبي.

تم بثه

أفغانستان/ كوريا/ الجنوبية/ عنف

غزنة (أفغانستان)

-

يثير مصير الكوريين الجنوبيين ال٢٢ الذين ينتمون إلى إحدى الكنائس الإنجيلية والمحتجزين منذ اثني عشر يوما في أفغانستان، مخاوف كبيرة الاثنين بعد انتهاء مهلة الإنذار الذي وجهه الطالبان الذين يهددون بقتل رهائنهم إن لم تقبل كابول بمبادلتهم بسجناء.

قرابة الساعة ١١،٠٠ تغ

آسيا/ رابطة/ وزراء

مانيلا

-

بدأت رابطة جنوب شرق آسيا الاثنين في مانيلا اجتماعها الوزاري السنوي بمفاوضات حول ميثاقها المقبل وهو مشروع كبير يتوقع أن يثير مساومات حول آلية القرار أو مسألة حقوق الإنسان التي سيتم تجاهلها تحت ضغط بورما.

قرابة الساعة ١١،٠٠ تغ

ب- نموذج وكالة الأنباء الكويتية (كونا)

أخبار/ إعلام/ محلية/ متوقعة

من أخبار كونا المحلية المتوقعة لهذا اليوم

- سمو أمير البلاد يتوجه إلى السعودية.
- سمو أمير البلاد يبدأ زيارة رسمية لمنغوليا.
- وزير الخارجية يتوجه إلى القاهرة للمشاركة في اجتماع وزراء الخارجية العرب.
- تحقيق حول كيفية تسويق البورصة الكويتية عالميا لاجتذاب الاستثمارات الأجنبية.
- لقاء مع وكيل ديوان المحاسبة.(النهاية)

رابعا - عرض الصحف

تبث معظم وكالات الأنباء ولاسيما المحلية مادة خبرية يومية في بداية نشرتها تستعرض فيها أهم الأخبار التي أوردتها الصحف المحلية، وقد تبث عرضا لأهم الأخبار التي وردت في صحف صادرة في بلاد أخرى.

ويرمي هذا الشكل الخبري المساند إلى تقديم خدمة إحاطة بأقوال أو عناوين الصحف في دولة أو أكثر. ويمكن القول إن وكالات الأنباء العالمية تخصص شكلا لعرض الصحف لكل منطقة جغرافية، أو دولة مهمة في إقليمها في تغطيتها العامة، فيما قد تقتصر الوكالات المحلية على عرض عناوين صحف الدولة التي تصدر فيها فقط.

وثمة ثلاثة أشكال رئيسية لعرض الصحف كشكل خبري محدد السمات في وكالات الأنباء؛ هي:

أ- **الشكل البسيط**: حيث تقول الوكالة في مقدمة التقرير: "طالعتنا الصحف الصادرة اليوم بالعناوين التالية"، ثم تذكر العناوين دون أن تنسبها إلى صحفها.

ب- **شكل أكثر تطورا**: حيث تذكر الوكالة أنها ستذيع العناوين الرئيسية للصحف الصادرة اليوم في قطر ما، وتشير إلى أنها لم تتحقق من صحة الأخبار المنقولة أو مدى دقتها، حرصا منها على مصداقيتها. ثم تذكر العناوين مفصلة ومنسوبة إلى الصحف التي نشرتها.

ج- **تقدم بعض الوكالات عرض الصحف على شكل تقرير خبري**؛ إذ تبدأ بمقدمة تلخص فيها أهم ما صدر في صحف دولة أو إقليم ما، ثم تعرض في فقرات محررة، لأهم النقاط الواردة في الافتتاحيات ومواد الرأي خصوصا[1].

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٨١.

خامسا – الأصداء

تبث بعض وكالات الأنباء مواد خبرية "خفيفة" تسميها "أصداء" وتحمل ملاحظات طريفة وعناصر لطيفة غالبا ما ترتبط بالجانب الإنساني، ويكون لها صدى كبير ووقع خاص لدى المشتركين، ومن ثم القراء والمشاهدين، لاسيما عندما تكون على هامش أحداث عالمية اقتصادية أو رياضية أو فنية.

وتقول وكالة فرنس برس بهذا الصدد إنه يجب ألا تتأثر تغطية الحدث العامة بهذا الأصداء " بأن نحتفظ بمعلومات أو بعناصر تمس الجانب الإنساني لنكتبها في الأصداء وحدها، إذا إن هذه الأصداء إضافة اختيارية إلى التغطية. ويجب أن يكون كل خبر مهم بذاته موضوع برقية على حجة، ويجب أن يبقى الأسلوب رشيقا مع تجنب الابتذال، كما يجب الابتعاد عن اللعب بالكلمات التي لا تنقلها الترجمة إلا في حال كان المشتركون المعنيون يتلقون هذه اللغة وحدها. وفي الواقع فهذا النوع من الصحافة فيه بعض الصعوبة"[1].

وتقدم فرنس برس الأصداء على الشكل التالي:

أوسكار/ أصداء

تقليد جوائز الأوسكار (أصداء)

لوس أنجلوس في ١٠/ ٥/ أ.ف.ب/ قد تكون عبقريا إنما شارد

(١) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٨١.

الذهن...الذي نال جائزة أفضل مخرج أبرز أثناء صعوده على المنصة جوارب ألوانها مختلفة.

سادسا - مواجز الأخبار

تبث معظم وكالات الأنباء العالمية وعدد من الوكالات المحلية مواجز لأهم الأخبار التي تضمنتها نشرتها اليومية مرات عدة غالبا ما تكون ثلاث مرات مقسمة على أوقات معينة خلال اليوم.

ويتضمن كل موجز أهم المواد الخبرية التي بثت على نشرة الوكالة حصرا، ويمكن أخذ الفقرة الأولى من هذه المواد الخبرية لتكون بمجموعها بمنزلة موجز لأهم الأخبار.

ويتكون النص الواحد من فقرة إلى ثلاث فقرات، وكلما كان عدد كلماته أقل كان أفضل؛ إذ لا ينظر إليه على أنه تقديم لخبر واف، بقدر ما ينظر إليه على أنه إشارة إلى الخبر أو القصة الخبرية أو التقرير الذي يعبر عنه.

ويجب على المحرر الذي يعد موجز الأنباء أن يكون:

أ- يقظا منتبها، ملما بكل المواد الخبرية التي أذيعت خلال الدورة.

ب- قادرا على انتخاب أكثر الأخبار أهمية، وترتيبها ترتيبا موضوعيا وفق أهميتها.

ج- قادرا على الصياغة المكثفة المركزة المعبرة في آن واحد.

وتقدم بعض وكالات الأنباء الموجز مرتين؛ إحداهما في الظهيرة (موجز الظهيرة)، والأخرى في المساء (موجز المساء)، فيما تقدم وكالات أخرى الموجز

ثلاث مرات. كما تقتصر بعض الوكالات على تقديم الموجز في نشرتها العامة، فيما تقدم أخرى الموجز في نشراتها كلها، بما فيها المتخصصة.

وبعض الوكالات تقدم موجزا اقتصاديا على نشرتها العامة، وبعضها الآخر تقدم موجزا رياضيا.

وتتمثل أهمية الموجز فيما يلي:

أ- يعطي للمحررين العاملين في وسائل الإعلام المشتركة في خدمات الوكالة، ثبتا بأهم الأخبار التي أذيعت، وبمختصر مفيد لكل خبر؛ الأمر الذي يسهل عليهم فحص نشرات الأخبار التي أذيعت في الدورة السابقة للدورة التي يتسلمون فيها عملهم.

ب- يعطي للمحررين ومسؤولي التحرير المسؤولين عن إعداد الصفحة الأولى وأعمدة إشارات المواد المهمة، ثبتا بالأخبار التي يمكنهم الاختيار منها.

يمكن لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية إدخال تعديلات بسيطة (تتعلق بترتيب الأولويات، واللغة، والصياغة المناسبة لطبيعة الوسيلة) على الموجز، واستخدامه مباشرة في موجز الأنباء الذي تذيعه تلك الوسائل[1].

وفيما يلي مثالان لموجزين:

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٨٠.

أ- موجز من وكالة رويترز:

رويتر – موجز

موجز لأهم الأنباء الساعة ١٠٠ بتوقيت جرينتش

بغداد ٣٠ يوليو تموز (رويترز) – انفجرت حشود من العراقيين الذين غمرتهم الفرحة في بكاء حار وأطلقوا أعيرة نارية في الهواء بعد فوز منتخبهم بكأس الأمم الآسيوية لكرة القدم في أضخم احتفالات في الشوارع تشهدها البلاد منذ سقوط الرئيس الراحل صدام حسين..

كامب ديفيد (ماريلاند) – وصل رئيس الوزراء البريطاني الجديد جوردون براون إلى منتجع كامب ديفيد الرئاسي الأمريكي ومن المقرر أن يعقد أول جلسة من المباحثات مع الرئيس جورج بوش على العشاء..

سريناجار (الهند) – قالت الشرطة وشهود عيان إن ستة أشخاص قتلوا بينهم أربع نساء وأصيب أكثر من ٢١ آخرين عندما وقع انفجار في حافلة سياح في المدينة الرئيسية بكشمير..

ديار بكر (تركيا) – قال مسؤولون أمنيون إن جنديا تركيا قتل في اشتباك مع مسلحي حزب العمال الكردستاني الانفصالي في جنوب شرق تركيا. وقال المسؤولون إن جنديين آخرين أصيبا في الاشتباك الذي وقع في إقليم ماردين وان الجيش رد بالقيام بعملية عسكرية ضد المتمردين هناك وبإرسال قوات إضافية.

ب – نموذج وكالة فرنس برس:

العالم/ موجز

موجز أنباء العالم حتى الساعة ١٣،٠٠ تغ من اليوم الاثنين:

نيقوسيا ٣٠-٧-٢٠٠٧ (ا . ف . ب) –

العراق/ حكومة/ سنة

–

حملت "جبهة التوافق العراقية" أكبر كتلة للعرب السنة في البرلمان العراقي رئيس الوزراء نوري المالكي مسؤولية المضي في خطتها للانسحاب من الحكومة والبرلمان بسبب "تجاهله لمطالبها".

لكن بيانا صادرا عن المالكي قال إن "سياسة التهديد والضغوط والابتزاز غير مجدية"، مؤكدا أن "تعطيل عمل الحكومة ومجلس النواب والعملية السياسية لن يعيد العراق إلى زمن الديكتاتورية والعبودية".

العراق/ عنف/ قتلى

أعلنت مصادر أمنية وطبية عراقية مقتل أربعة أشخاص وإصابة ٢٩ آخرين بجروح بانفجار سيارة مفخخة في ساحة الطيران وسط بغداد.

من جهته، أفاد الجيش الأميركي عن مقتل ثلاثة من جنوده خلال

عمليات قتالية في محافظة الأنبار السنية غرب العراق قبل أربعة أيام.

العراق/ الأردن/ اوكسفام/ مساعدات

أعلنت منظمة "اوكسفام" للتضامن الدولي في تقرير أن ثمانية ملايين من العراقيين هم بحاجة ماسة إلى مساعدات طارئة.

روسيا/ الشرق/ الأوسط/ فلسطينيون/ دبلوماسية

أكد وزير الخارجية الروسي سيرغي لافروف لدى استقباله في موسكو رئيس السلطة الفلسطينية محمود عباس أن روسيا تدعم عباس بصفته "الرئيس الشرعي" للفلسطينيين.

الشرق/ الأوسط/ غزة/ مصر/ حدود

-

عبرت دفعة ثانية من الفلسطينيين العالقين تضم مئة شخص الحدود المصرية إلى إسرائيل في طريقها إلى غزة.

سابعا - المحصلة

تبث بعض وكالات الأنباء مادة خبرية موسعة لعدد من المواد الخبرية التي بثتها في اليوم نفسه يطلق عليها "محصلة"، وتتضمن أهم المعلومات التي وردت في تلك المواد وخلاصة نهائية لها.

وتقدم المحصلة عادة " تجميعا موضوعيا للعناصر الخبرية الخاصة بحدث ما، في صياغة مكثفة مختصرة. وتركز على ربط الحدث الراهن بالأحداث السابقة المماثلة، وتذكر بهذا الصدد المعلومات التوثيقية ذات الصلة بالحدث.

ويكثر استخدام شكل "المحصلة" في الأحداث المستمرة؛ مثل التظاهرات، والحروب، والكوارث الطبيعية، والحوادث الكبيرة، وغيرها من الأنشطة التي يترتب عليها عناصر خبرية يمكن أن يُعبر عنها بالأرقام؛ كأعداد القتلى وغيرها"[1].

وتفصل فرنس برس[2] في موضوع المحصلة فتقول:

إن المحصلة خبر سريع، أي مقال إجمالي يضبط وقائع الحدث في ساعة ما يتم تعيينها مسبقا. وتختلف عن الخبر الموسع بفارق عملي وحيد، إذ إن المحصلة تكون أكثر شمولا من المقال الإجمالي. وغالبا ما يكون من الصعب على المراسلين في مكان الحدث (ميدانيا) وحتى على أمانة التحرير أن تستعيد في المحصلة أهم ما تكون الوكالة قد وزعته عن الحدث بما في ذلك ما يكون قد وصل من منشأ آخر (الانعكاسات، ردود الفعل، المواد التوثيقية.. إلخ).

ويجب أن تكتب المحصلات كما في المقالات الموسعة المتتابعة، حيث يجري الحدث الرئيسي، وتوزع مع ذكر هذا المنشأ، ولكن غالبا ما لا يكون ذلك ممكنا، فتحل إما أمانات التحرير وإما رئاسة التحرير محل المراسلين للتخفيف عن كاهلهم. وفي هذه الحال قد توزع المحصلة من دون ذكر منشئها.

---

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٦٧.

(٢) وكالة فرنس برس، دليل الصحافي، ص ٨٨-٨٩.

ولما كانت المحصلة أحدث ما يمكن، فعليها أن تأخذ بالاعتبار كل العناصر التي قد تكون وصلت أخيرا إلى أمانة التحرير ولم توزع بعد. فحين تكون هذه العناصر ثانوية يكتفى بذكرها في المحصلة، أما إذا كانت عناصر مهمة فيجب أن يتم توزيعها، مع إعادة استخدامها في المحصلة.

وتعمد المحصلة - كما الخبر الموسع - لإجراء اختيار من مجموعة الأخبار التي وصلت عن الحدث لتستعيد الأوجه الرئيسية فقط، وتعرضها بحسب ترتيب تنازلي لأهميتها تبعا لمبدأ الهرم المقلوب. أما طول المحصلة فيتغير، ويكون عادة من ٤٠٠ إلى ٦٠٠ كلمة إلا في حالات استثنائية إذ يصل إلى ٧٠٠ وحتى ١٠٠٠ كلمة.

ومع أن المحصلة لا تحتفظ إلا بالأهم عن الحدث، فيجب ألا تتجاهل الجوانب الإنسانية أو الطرافة فتستعيد بعض الملاحظات التي تكون قد أعطيت على حدة في البرقيات الإضافية أو الاختيارية، وذلك لإغناء الجو. ويجب أن تنطلق بافتتاحية مثيرة قدر الإمكان، وأن تثير دائما في خلال النص اهتمام المشتركين به.

والمحصلة ليست مجرد خليط، بالرغم من أنها تستعيد حرفيا فقرات كاملة من برقيات أخرى أعطيت عن الحدث، بل يجب أن تقدم بطريقة تؤدي لجعل إطار الحدث أوسع، خاصة بإدخال النقاط البارزة في مقال توضيحي إذا كان قد كتب مقال من هذا النوع عن الحدث.

وغالبا ما تستعمل المحصلة عناصر وصلت من عدة مناشئ جغرافية ومن عدة مصادر، وإذا لم يكن بالإمكان تجنب القفز من منشأ أو من مصدر إلى

آخر والعودة إليه لاحقا، فلا بد من إعطاء كل التحديدات الضرورية في كل مرة.

ثامنا - أهم التطورات

يعرض تقرير أهم التطورات للأحداث والوقائع والأخبار المهمة، التي حدثت في يوم واحد، في إطار حدث واحد رئيسي.

ويهدف هذا التقرير إلى مساعدة المحررين في وسائل الإعلام المسؤولين عن تغطية حدث ما على الإلمام بتطوراته، بغرض تنظيم وتفعيل تغطيتهم لهذا الحدث في الوسائل التي يعملون فيها.

تاسعا ـ الرسوم التوضيحية

تعد الرسوم التوضيحية أشكالا بيانية تهدف إلى إبراز وتسهيل عرض المعلومات التي تتصف بالتعقيد وذات الطابع الكمي، فضلا عن الأحداث والوقائع المتتالية، والمساعدة على عرض الحقائق والمعلومات والبيانات المعقدة بصورة مبسطة، إلا أنها تنشر أحيانا مستقلة، اعتمادا على متن واف يشرح العناصر الخبرية فيها، ولكن هذا النشر أيضا يتم في سياق تغطية أكبر لحدث ما.

و"تتعدد أشكال الرسوم التوضيحية كما يلي:

أ- **الرسوم البيانية Chart**: قد تكون خطا بيانيا، أو خريطة بيانية، أو أعمدة بيانية مفردة، أو مزدوجة، لتلخيص الإحصاءات الرقمية المعقدة.

ب- **المنحنيات**: وتصور مدى التغلب في ظاهرة ما بشكل كمي.

ج- **الجداول**: قد تكون بسيطة أو تكرارية أو مزدوجة.

د- **الخرائط الجغرافية**: قد تكون مجرد خرائط، وقد يضاف إليها متن يوضح معلومات معينة، وأحيانا يضاف إليها صور أيضا.

هـ- **البكتوغراف**: رسم بياني يتم فيه مزج الصور والرسوم بالخطوط البيانية، أو الأعمدة للتعبير عن مواقف أو أماكن أو علاقات تسمح بالمقارنة، مستغلا تقنيات: الفوتومونتاج، أي تركيب صورة على صورة، أو عدة صور، والتروكاج، أو تركيب صور على رسم أو العكس.

و- **الدوائر المقسمة إلى قطاعات**: وهو شكل دائرة تقسم عدة أقسام، بحيث تتناسب مساحة كل قسم مع دلالة كمية معينة، وهي تسهل عمليات المقارنة وتوزيع النسب والحصص"[1].

عاشرا- الصور

تحتل الصور أهمية بالغة في وسائل الإعلام، بل تشكل حيزا قائما بذاته أو تأكيدا للخبر حتى لا يتسرب إليه الشك، كما تستطيع الصور أن تعكس وتقدم قراءات للحدث بجانب استخداماتها في فنون التحرير الصحافي المختلفة.

ويمكن اعتبار الصورة الصحافية في وكالات الأنباء المعاصرة " شكلا إخباريا مساندا لجهة الدور الذي تلعبه في مساندة الأشكال الخبرية الرئيسية،

---

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص ١٨٥.

بتوضيح وإبراز العناصر الخبرية المتضمنة في تلك الأشكال، وربما الكشف عن عناصر خبرية غير متضمنة فيها، بلغة الكاميرا وبالإفادة من المؤثرات التي يمتلكها التصوير كفن قائم بذاته، وتصنف الصور الفوتوغرافية الصحافية من حيث المضمون إلى:

- الصور الإخبارية.
- صور الموضوعات.
- صور الموضوعات الإخبارية ذات الجانب الإنساني.
- الصور التي تمثل شخصية (بورتريه).
- الصور الجمالية والتعبيرية.

وفي بعض الأحيان تستخدم الصورة إضافة إلى التعليق المصاحب لها كشكل خبري مستقل، إلا أنها تنشر عادة في سياق تغطية عامة لحدث ما، وغير بعيدة عن الأشكال الخبرية الأخرى المتعلقة به. أما في صفحات الاجتماعيات والترفيه والمواد الخفيفة، فإن الصورة قد تكون بتعليقها المصاحب لها، شكلا خبريا مستقلا، مع إعادة صياغة التعليق لاستيفاء العناصر الخبرية المتعلقة به كلها"[١].

وتوزع وكالات الأنباء العالمية خدمة الصور على المشتركين وفق اتفاقات معينة، وهي صور تشمل معظم المجالات وتكون في معظم الأحيان مرفقة بالمادة الخبرية التي بثت على نشراتها.

---

(١) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء،المرجع نفسه، ص ١٨٤.

وثمة أسلوبان رئيسيان لكتابة التعليق المرفق بالصورة هما:

أ- الأسلوب الوصفي.

ب-الأسلوب المجازي.

وتتمتع الصور الإخبارية التي تختارها وتنتقيها وكالات الأنباء بعدة خصائص هي:

أ - خصائص الصور من زاوية الشكل:

ويقصد بها الخصائص التي يكون فيها الشكل في خدمة المادة الخبرية، وأبرزها:

١) الحجم المناسب:

يجب ألا تكون الصورة صغيرة جدا، وإلى الحد الذي لا يجذب الأنظار إليها، وتمر على القارئ دون التوقف عندها، لأن صغر الحجم يجعل القارئ غير محيط بتفاصيلها، إضافة إلى أن الحجم الصغير يؤثر سلبيا على مخرجي الصحف، ما يؤدي إلى عدم إعطاء المادة الخبرية المصاحبة الأهمية المكانية المناسبة لها.

كما أن الحجم المناسب لا يعني أن تكون الصورة المصاحبة للموضوع أو التقرير لوكالة الأنباء كبيرة أو كبيرة جدا، إلى الحد الذي يمكن أن تعطي انطباعا لا يتناسب مع أهمية التقرير، أو أن تكون مزدحمة بالتفاصيل غير المهمة، أو أن تكون تفاصيلها غيره واضحة.

٢) الوضوح:

يجب أن تكون الصورة واضحة الشكل، بكل جوانبها وأبعادها وتفاصيلها، وهذا الوضوح يتناسب مع حجمها المعقول ودرجة أهميتها.

٣) التنوع:

بمعنى أن تتنوع أحجام الصور الخبرية المصاحبة للمواد الخبرية والمساحات التي تحتلها على الصفحات، كما يمكن أن تتنوع من حيث كونها ملونة أو بالأبيض والأسود.

ب: خصائص صور الوكالات من حيث المضمون:

أي أن تتميز بما يلي:

- ذات صلة قوية ووثيقة بالحدث الذي وقع بكل تفاصيله وأشخاصه ونتائجه المسجلة بآلة التصوير.
- أن تكون بمنزلة الوثيقة الشاهدة على تأكيد صحة الخبر ووقوعه.
- أن تروي تفاصيلها أهم لحظات الحدث، والطريقة التي وقع بها.
- أن تشرح الحدث وتفسره للقراء.
- أن تكون مهمة لأكبر قدر من القراء.
- أن يكون مضمونها حديثا، أي أن تروي اللحظة الأخيرة للحدث.
- أن يكون مضمونها ـ من خلال ما تحتويه ـ عالق بالذاكرة لأطول فترة ممكنة، أي أن تكون مؤثرة لا تنسى مهما جد عليها.
- أن يقدم مضمونها ما يفاجئ القراء بأشياء غير متوقعة لديهم.

- أن يعكس موضوعها القيم الإخبارية المهمة (الصراع، الدراما، الإحساس، الضخامة، الصدق، الواقعية..) وغيرها من الخصائص التي تثبت أن الصور الإخبارية نابضة بالحركة والحياة والعمق في المعنى والتأثير في آن واحد[1].

(١) حسنين شفيق: مدخل إلى صحافة وكالات الأنباء، مرجع سابق ص ١٩٨-٢٠١.

الفصل الخامس

اللغة العربية والفنون الخبرية

عُني العرب منذ القدم بأسلوب الكتابة الواضح الجلي، فتجنبوا السرد المطول للموضوع، وابتعدوا عن الإسهاب والاستطراد من دون فائدة، ونأوا عن استخدام الكلمات الغريبة عن أبناء عصرهم أو اللجوء إلى ألفاظ تحتاج إلى شرح وتوضيح وبيان، وتفادوا الاختصار الذي يذهب بالمعنى، ولا يوضح مضمون الكلام وغاياته، وتبنوا في ذلك قاعدة حسنة مضمونها (الكتابة من غير إسهاب ممل أو اختصار مخل).

وألف علماء اللغة العربية مصنفات في أساليب الكلام وطرائق إنشائه، تضمنت كيفية اختيار التراكيب المناسبة، وكيفية بدء الكلام واختتامه، واختيار التراكيب المناسبة، وكيفية بدء الكلام واختتامه، واختيار الألفاظ المناسبة للموضوع المطروح كالوصف، والتهاني، والتعازي.... الخ.

وقد اشتهر هؤلاء العلماء من بين علماء اللغات الأخرى بكتبهم الشمولية عن علوم اللغة العربية، وتفصيل موضوعاتها، مع الشرح والتبويب وإيراد الأمثلة المناسبة، كما بينوا العلل والأخطاء التي يقع فيها الكتاب وأوضحوا الصواب فيها، ونبهوا إلى الألفاظ والتراكيب غير المتفقة مع قواعد اللغة العربية.

وثمة تأثيرات متبادلة بين " اللغة والإعلام بكل عناصره ومقدماته، مثلما هي متبادلة بين اللغة والفكر، بحيث يمكن القول إن الإعلام يقوم على معالجة الرموز وتنظيمها وفقاً للعلاقات الموضوعية بين عناصرها المختلفة، وذلك يؤلف عاملاً أساسياً في العملية التحريرية بكل ما تشتمل عليه من أنساق اجتماعية وسياسية واقتصادية، وأنماط إعلامية وثقافية "[1].

ويلخص أحد الباحثين العلاقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام بقوله: لعل اللغة تمثل في نهاية المطاف الوعاء الإعلامي الأهم، على الرغم من أهمية الوسائل الأخرى. وقد بلغت لغات الإعلام عند الأمم اليوم شأوًا بعيدًا وشأنًا مؤثرًا باختيار الأصوات الملائمة، والنبرات المؤثرة، والصور الأخاذة، والمصطلحات المأنوسة، والوجه المناسب، والشخصية الملائمة، فلكل وعاء إعلامي مواصفات في التحرير والإخراج والأداء، والصورة والصوت، والديكور، والتقديم، واللباس، وحركات الوجه والحواس، التي تمثل وسائل اتصال غير مسموعة وتخضع العملية الإعلامية الجادة دائمًا لعمليات مراجعة وتقويم وتطوير، وتجديد وتنويع، ودراسة جدوى، وقياس الجدوى، من متخصصين في شعب المعرفة جميعًا، وتنفق عليها الأموال الطائلة لبناء إمبراطوريتها المعاصرة ولقد نجح الإعلام، وفي كل يوم يحقق نجاحات إضافية، في توظيف التقنية الحديثة في خدمة الثقافة السياسية والاجتماعية والحضارية وتحديث المجتمعات، وفق منهجه وأهدافه ورؤيته في التحديث، التي قد

---

(١) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة - دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط٢، ١٩٨٩، ص ٨٦.

تـؤدي إلى الاســتلاب الـحضاري للأمـم العاجزة والمتخاذلة.

وشمولية القضية الإعلامية للمجالات الحياتيـة جميعًـا، إلى جانـب نقـل الأخبار، وترجمتها للحياة اليومية، وتـسجيلها للتـاريخ المعـاصر، سـتكون لهـا نتائج وتداعيات على المستويات كافة.

إن الوضع المحزن يتمثل في أن اللغة العامية تتقدم، والفصحى تتراجع إلى المعاجم، وأن أساليب تعليمها باتت لا تشجع بل قد تنفر. والـمشكلة الأساس في كيفية الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، ولا نعني بالارتقاء بها مجرد رصد وإحصاء الأخطاء على الإعلامي ومحاولة تصويبها.

وبإمكان وسائل الإعلام المتنوعة أن تكـون معلمـة للغـة أيـضًا، وذلـك بإسهامها في إيجاد هذه البيئة السماعية الفـصيحة.. وبإمكـان هـذه البيئـة، بيئـة السماع والمشاهدة، إذا ما أحسن استثمارها وتوظيفهـا، أن تجعـل اللغـة العربيـة الفصيحة المعاصرة الميسرة السهلة لغة الإعلام، في كل فعالياته ومجالاته وبرامجه ووسائل الإعلام قادرة على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقي، وهذا سـيؤدي إلى الارتقاء بالإعلام نفسه، والتحول من لغة الأميـة والجهـل "العاميـة " إلى لغـة العلـم والحـضارة "الفـصحى"، والارتقـاء بـالأداء، وبنـاء القاعـدة اللغويـة والثقافية المشتركة، الفصحى، وبذلك يـشكل الإعـلام، بكـل عطائـه، موقعًـا مساندًا للعملية التعليميـة والتربويـة، ولا يتحـول إلى وسـيلة اسـتلاب ثقـافي متقدمة في داخل الأمة وجـسرًا لنقـل (الآخـر) بكـل أحمالـه المقترنـة بالكلمـة والصورة[1].

---

(١) عمر عبيد حسنة: مقدمة كتاب الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٢.

ولا ريب في أن وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية أسهمت إسهاما كبيراً في انتشار كثير من الأساليب والتراكيب والكلمات غير السليمة، وأدى ذلك إلى شيوع هذه الأساليب واستخدام الناس لها، وتفشيها في محادثاتهم وجلسات عملهم، وانعكس ذلك على استخدامهم لها في كتاباتهم.

وانتقل قسم كبير من هذه الأساليب والتراكيب واللغوية إلى لغتنا الأم عن طريق الترجمات المشوهة والناقصة، والبعيدة عن الأساليب الواضحة المشرقة البيان، وقدر لهذه الأساليب أن تنتشر وتلقى رواجاً في ظل غياب الوسائل الإعلامية التي تستخدم اللغة العربية السليمة.

ومعرفة أسلوب اللغة العربية في التعبير وإتقان قواعدها يساعدان الصحافي على تحرير مادته بالشكل المناسب والصيغة الملائمة، إضافة إلى السرعة والدقة في ربط المعلومات بعضها ببعض، كما يسعفانه في استخدام الألفاظ المناسبة للموضوع الذي يتناوله واختيار التراكيب والجمل التي تظهر موضوعه بشكل أكثر وضوحاً وجلاء.

ووسائل الإعلام مدعوة إلى الاهتمام باللغة العربية والحرص على استخدامها بالصورة المثلى " لأن الهزائم في ميادين الحرب يفيق منها الناس ويبرؤون بسرعة، أما الهزائم في ميادين اللغة والثقافة فهي أشد فتكاً، وأبقى أثراً"(١).

كما أن الكلمة المستخدمة في وسائل الإعلام مرتبطة بالسياق المستخدمة

---

(١) محمد محمود متولي: الإعلام الإسلامي والرأي العام، شركة سعيد رأفت للطباعة، القاهرة، ط١، ١٩٨٧، ص ٤١٨.

فيه، وهي " توجد في كل مرة تستعمل فيها في جو يحدد معناها تحديداً مؤقتاً، والسياق هو الذي يفرض قيمة واحدة بعينها على الكلمة بالرغم من المعاني المتنوعة التي يمكن أن تدل عليها، ويخلص السياق الكلمة من الدلالات الماضية التي تدعها الذاكرة تتراكم عليها، ويخلق لها قيمة حضورية "[1].

ومن هنا ينبغي للصحافي أن يطالع الكتب الأدبية التي يتصف أسلوب مؤلفها بأنه سلس، ومشوق، وعذب، وجزل، ومتطابق مع الاستخدام السليم للغة العربية، إلى جانب تدربه على قواعد النحو والإملاء وإلمامه بأساليب البلاغة العربية، وتنمية ثروته اللفظية.

صياغة المواد الخبرية

لا ريب في أن كتابة المواد الخبرية بأسلوب واضح مبسط مع مراعاة قواعد اللغة يسهم في فهم القارئ لها، وإدراك مراميها، وتحقيق الغاية المرجوة من نشرها، ويحقق لوسائل الإعلام الناشرة اتساعاً وانتشاراً.

ويقول أحد الباحثين[2] إن كتابة المواد الخبرية لم تخضع لتطور تقنيات السرد والحكي فقط، بل خضعت إلى مجموعة من الاعتبارات، التي ساهمت بهذا القدر أو ذاك في ظهور أشكال وتقنيات جديدة في كتابة هذه المواد، حيث لا يمكن أن نروي ما جرى، وما حدث، في قالب مواد خبرية، بالطريقة العفوية نفسها التي تروى بها السير والملاحم، وبالإطناب

(١) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٩٠.

(٢) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٨٥.

والتسلسل أنفسهما، اللذين يكتب، أو تقص بهما القصص الأدبية، لأن طريقة رواية السير والملاحم تجعل القارئ، أو المستمع، لا يعرف حقيقة ما ينقل إليه، إلا عند نهاية القراءة، أو الاستماع، ولا يدري أين هو الأساسي من الثانوي في القصة، لأنها متداخلة.

وتهدف اللغة الصحافية عادة " إلى النمذجة والتبسيط، لأن العقلية الجماهيرية تركن إلى الاستعانة بالرموز والأنماط والنماذج والتجسيد، فهي لا تتخذ سبيل التحليل الموضوعي والدراسة العلمية للوصول إلى الحقائق "(١).

وثمة قواعد معينة لصياغة الأخبار الصحفية منها:

١- استخدام الجمل القصيرة، والابتعاد عن الطويلة قدر الإمكان، لأن ذلك يساعد القارئ على سرعة القراءة وفهم الخبر، ويغنيه عن قراءة كلمات كثيرة للوصول إلى المعنى المراد.

٢- تجنب استخدام الجمل المعترضة إلا المواضع التي تقتضيها الضرورة ويفضل أن لا يكون ذلك في مقدمة الخبر.

٣- استخدام الألفاظ التي تدل على الحركة بدلاً من الألفاظ الجامدة، ففي المثال التالي: صدر عن وزارة الإعلام عدد جديد من مجلة............ يفضل استخدام الفعل (أصدر) بدلاً من صدر، ويصبح المثال: أصدرت وزارة الإعلام عدداً جديداً من مجلة.....

٤- الابتعاد عن استخدام الكلمات المهجورة الغريبة ما دامت اللغة تحوي

---

(١) إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحافي، مرجع سابق، ص ٤٦.

كلمات أسهل، كما أن من مهمة الصحافي مخاطبة أكبر شريحة ممكنة من القراء بلغة العصر، مستخدماً الكلمات المتعارفة والأسلوب المشرق، وإذا اضطرت الصحيفة إلى استخدام كلمة مهجورة فيجب توضيحها بطريقة مناسبة.

٥- تجنب المبالغة في التعميم الذي لا ضرورة له، و" تفخيم الأشياء حتى تبلغ ضعف حقيقتها أو... الإيجاز والحذف حتى يصل هذا الشيء إلى نصف حقيقته"[(١)]؛ لأن المبالغة المستمرة تفقد الصحيفة صدقيتها وواقعيتها، وتبعدها شيئاً فشيئاً عن قرائها، كما أن طمس حقائق مهمة من الخبر واللجوء إلى الحذف العشوائي سواء كان مقصودا أو غير مقصود يعود بآثار سلبية على الصحيفة.

٦- الحرص على استخدام الأفعال المجردة وتفضيلها على الأفعال المزيدة أو المبالغ في اشتقاقها على صورة من الصور.

٧- الالتزام بالكلمات والألفاظ المناسبة للمادة الصحافية التي يكتبها، فلا يتطرق إلى أساليب الأدبية والكلمات العاطفية التي تعتمد على التشبيه، والكناية، والصور البلاغية، والإسهاب في الوصف والتصوير، وله أن يأخذ منها القدر الضئيل حينما يكون الموضوع مناسباً لها.

٨- استخدام الألفاظ والتراكيب التي يألفها القراء، أو التي تشعرهم بشيء من الإيناس. ومن ذلك الابتعاد عن ضمائر الغائب، واستخدام ضمائر الخطاب ليشعر القارئ أنه يتحدث مع الصحافي وجهاً لوجه، ويتبادل

---

(١) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٨٤.

معه الحديث، ويصغي إليه باهتمام، ويتلقى منه المعلومات باعتباره مصدراً غنياً موثوقاً.

٩- الحرص على وضع الكلمة الواضحة في معناها، وتوظيفها التوظيف المناسب لخدمة الهدف المرجو منها، لأن الكلمة يجب أن تكون مفهومة من جمهور المستقبلين، كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع " أما فنون التورية، وازدواج المعاني، أو الحالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى تداعي المعاني وخاصة في الشعر، فهي بعيدة تماماً عن الفن الصحافي، لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافياً "(١).

١٠- عند استخدام الأعداد يفضل كتابة الأرقام من واحد إلى عشرة كتابة، فنقول مثلا: عشرة أقلام، أما عند استخدام الأرقام الأكبر من ذلك، أو التي تحوي فواصل، فيفضل كتابتها بشكل رقمي، فنقول مثلا: ١٢٥ شخصا، ٥.٨ متر، أما الأرقام التي تتحدث عن ميزانيات الدول، أو الجهات رسمية أو خاصة، أو تحمل معاني مهمة جدا، فيجب كتابتها رقميا وحرفيا، ضمانا للدقة، ومنعا للخطأ واللبس.

١١ـ اعتماد الأفعال المبنية للمعلوم أساسا في الكتابة وتجنب استعمال الفعل المبني للمجهول إلا عند الضرورة القصوى.

---

(١) إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحافي ، مرجع سابق ، ص ٥٠.

مشكلات استخدام الأفعال الاستهلالية:

وثمة مشكلات عدة تشاهد في وسائل الإعلام عند استخدام الأفعال الاستهلالية، وهي الأفعال التي تستخدم في بداية كل فقرة من أي مادة خبرية، ولاسيما عند استخدام هذه الأفعال في مقدمات الأخبار.

وهذه المشكلات ناتجة من سببين رئيسيين:

١- عدم ملاءمة الفعل المستخدم لما تتضمنه الفقرة من معلومات وبيانات، ولاسيما عندما تكون الفقرة هي مقدمة المادة الخبرية.

٢- الاستخدام الخطأ لحروف الجر المناسبة للفعل المذكور في بداية الفقرة.

مثال ذلك أن عددا من الصحافيين يلجؤون إلى استخدام الفعل (أكد) في مقدمة معظم المواد الخبرية التي يحررونها، من دون معرفة كيفية استخدام هذا الفعل بصورة صحيحة، وارتباطه بفعل الجر المناسب، ويظنون أن هذا الفعل إخباري وله وقع مميز عند متلقيه.

وثمة فارق كبير بين استخدام عدد من الأفعال الاستهلالية المألوفة في المواد الإخبارية، كالفارق بين أعلن أو كشف، أو تسلم أو تلقى، أو غادر أو توجه، أو وصل أو عاد، أو أشار أو نوه.

وعندما لا يدرك المحرر هذا الفارق، ولا يعرف معنى كل فعل ولا ارتباطه بحرف الجر المناسب، أو عدم ارتباطه أصلا بأي من حروف الجر، يقع في أخطاء مهنية ولغوية، وتخرج مواده الخبرية عن المعنى المراد لها في الأصل.

ونظرا إلى أهمية هذه الأفعال، واستخداماتها المتكررة في المواد الخبرية، فقد سعيت إلى ذكر عدد منها تستخدم عادة بصورة خطأ، واستندت في ذلك إلى عدد من المراجع التي عنيت بموضوع الأخطاء الشائعة في وسائل الإعلام.

- **الفعل تسلم:**

يستخدم هذا الفعل في معظم الأحيان بصيغة استلم، وهو استخدام خطأ لغويا، إذ المراد هنا أن شخصا سلم شخصا آخر رسالة أو كتابا أو دعوة، والمراد هنا أيضا التقابل بين شخصين وتسليم أحدهما للآخر ما ذكر آنفا، أما إذا كان المراد هو تلقي الشخص رسالة عبر الفاكس، أو جهاز تسلم البرقيات وإرسالها، أو اتصالا هاتفيا فإن الفعل الذي يجب استخدامه هنا هو تلقى، وشتان بين تسلم وتلقى.

- **الفعل نوه:**

يستخدم هذا الفعل في معظم وسائل الإعلام بمعنى أشار، ويستخدم معه حرف الجر إلى تأكيدا لهذا المعنى. والصحيح لغة أن نوه بمعنى أشاد، ولا يأتي هذا الفعل بمعنى أشار أبدا.

ولا تزال معظم وسائل الإعلام تستخدم كلمة (تنويه) عند إصلاح خطأ وقعت فيه بدلا من استخدام كلمة (تنبيه)، وكأنها تمتدح وتشيد بالخطأ الذي وقعت فيه.

كما تستخدم وزارات ومؤسسات عدة كلمة (تنويه) بدلا من (تنبيه) عند تعميم ملحوظات إلى موظفيها في شأن أمر معين، كتغير موعد أو تنبيه

إلى تصرفات معينة، أو تحذير من أمور عدة.

- **الفعل أشار:**

ثمة ثلاث ملاحظات عند استخدام هذا الفعل في المواد الخبرية هي:

١- لا يجوز أن تبدأ أي مادة خبرية بالفعل أشار، لأن هذا الفعل في الأصل شارح ومفسر لما ورد قبله من معلومات أو بيانات، ومن ثم فإن البدء به في مقدمة (استهلال) أي مادة خبرية استخدام خطأ، لأنه لم يسبق في هذه الحال بأي معلومة.

٢- يفضل ألا يستخدم هذا الفعل في مقدمة أي فقرة من فقرات المادة الخبرية بمعنى (القول)، أي لا يكون بديلا من الفعل قال أو ذكر أو بمعناهما.

مثال:

وأشار المصدر إلى أن....

٣- يستخدم هذا الفعل استخداما صحيحا بصيغتين هما:

أ- عندما نبدأ به أي فقرة من المادة الخبرية (على ألا تكون الفقرة الأولى حتما) ويكون معناها قريبا من معنى الفعل تطرق، ويمكن توضيح ذلك في الأمثلة الآتية:

- وأشار المصدر إلى التطورات التي حصلت...
- وأشار المصدر إلى العطاء الذي...
- وأشار المصدر إلى الجهود..

- وأشار المصدر إلى الأقسام التي

ب – عندما يأتي الفعل في آخر الفقرة الخبرية شارحا معناها، ومفسرا محتواها، ومبينا القصد الذي يرمي إليه الكلام المذكور فيها.

ومثال ذلك:

وقال المصدر إن الدولة الفلانية مطالبة " بتطبيق جميع قرارات الشرعية الدولية التي صدرت بحقها" مشيرا إلى قرارات مجلس الأمن الدولي كذا وكذا وكذا التي أصدرها المجلس عقب محاولة تلك الدولة الاستيلاء على.. أو غزو بلد..إلخ.

- الفعل أكد:

يلجأ عدد من المحررين إلى استخدام هذا الفعل في الفقرة الأولى من أي مادة خبرية يحررونها من دون إعمال التفكير في معنى هذا الفعل، وملاءمته لهذه الفقرة من عدمها، وصحة استخدامه وفق المعنى المراد من خطئه.

ويظن هؤلاء المحررون أن لهذا الفعل وقعا كبيرا، وصدى مؤثرا لدى القراء أو المستمعين، وأنه فعل إخباري من الطراز المتميز، وأن استخدامه في فقرات المادة الخبرية يضفي على المادة قوة وإثارة وتشويقا.

والواقع أن الفعل أكد له هذا الوقع وذلك الصدى، لكن ذلك لا يحول دون استخدامه بالطريقة المثلى، ولا يعفي المحرر من معرفة كيفية اللجوء إليه عندما يحتمل معنى الفقرة أو المادة ذلك.

ويمكن بهذا الصدد التنبيه إلى ملاحظتين عند استخدام الفعل أكد:

١ – لا يستخدم هذا الفعل في بداية أي فقرة إلا عندما يتأكد المحرر أن مضمون الفقرة هو تأكيد لمعنى أو أقوال ذكرت في وقت سابق (قصير أو طويل)، وجاء الكلام الجديد في الخبر الذي يحرره تأكيدا لذلك المعنى، لأن التأكيد في اللغة العربية يتضمن معنى التكرار لكلام سبق ذكره أو لكلام حالي.

٢ – لا يستخدم أي حرف جر مع الفعل أكد، لأن هذا الفعل لا يحتاج إلى أي من حروف الجر

وثمة أمثلة عدة نراها في عدد من وسائل الإعلام لاستخدام هذا الفعل بصورة خطأ، منها:

- وأكد المصدر على ضرورة....
- وأكد المصدر بأن....
- وأكد المصدر إلى أن....

ومع أن بعض الباحثين اللغويين سعوا إلى تبرير استخدام حرف الجر على مع الفعل أكد، لكن الأمثلة التي ساقوها تنطبق على حالات خاصة، ولا تنطبق على ما ذكر آنفا.

وإضافة إلى الأفعال التي ذكرت آنفا فإن هناك أفعالا أخرى تستخدم بصورة خطأ في وسائل الإعلام، من حيث المعنى أو حروف الجر المصاحبة، ذكرتها كتب عدة بحثت في العلاقة بين اللغة ووسائل الإعلام، ولاسيما الكتب التي تتحدث عن الأخطاء الشائعة.

وتستخدم وسائل الإعلام عبارات اصطلاحية أخرى، منها:

من جانبه، ومن جهته، وعلى صعيد آخر، وعلى الصعيد نفسه، وفي أثناء ذلك، ومن جانب آخر، وإلى ذلك، وعلاوة على ذلك. ولكل من هذه العبارات معنى يستخدم في مكانه المناسب، ويجب على المحرر أن يعيه تماما ويدرك كيفية استخدامه، ولا يجوز الخلط بين مصطلح وآخر.

الترجمة في وسائل الإعلام

تعتبر الترجمة فنا قائما بذاته، له مبادئه، وأصوله، وخصائصه. وقد ازدادت أهمية الترجمة في العصر الحديث مع انتشار وسائل الإعلام، وازدياد الاتصال بين البشر، والتواصل الثقافي بين الحضارات، وتشابك المصالح بين الدول، وشيوع وسائل النقل التي تتيح الانتقال من بلد إلى آخر، بل من قارة إلى أخرى في زمن قياسي.

وصار إتقان لغة أجنبية أو أكثر جواز سفر ضروريا لفهم ثقافة الآخر، والاطلاع على مخزون حضارته، وإقامة حوار هادف معه، وتبادل الرأي والمشورة حول القضايا المشتركة.

ويعلم كل مشتغل في مضمار الترجمة بكل أشكالها "أنها مهنة محفوفة بالمصاعب والمتاعب التي ربما لا يشعر بها قارئ النص المترجم أو متلقيه. إنها مهنة تقوم على الخبرة المكتسبة، ولكنها في ذات الوقت فن ينطوي على جوانب إبداعية مثل أي فن آخر.

والنقل من لغة إلى أخرى ليس مجرد رصف لكلمات أو عبارات وجمل

موازية، حتى عندما يتعلق الأمر بنقل نص علمي أو وثائقي، بل إنه - إلى حد كبير في النصوص الأدبية - نقل لروح اللغة ولروح الكاتب الأصلي فهناك نصوص لا يطمح أي مترجم، مهما بلغ من خبرته وموهبته واعتداده بنفسه، إلى ترجمتها، وأقصى ما يمكن أن يتوق إليه هو نقل المعاني بلغة يمكن أن تعكس إلى حد ما - يقل أو يزيد - روح النص المنقول منه"[1].

وفي المجال الإعلامي، صار من الواجب على الإعلامي إتقان لغة أجنبية أو أكثر، لا سيما مع الازدياد الكثيف للتدفق الإعلامي من الدول الغنية إلى الدول النامية، وضعف وسائل الإعلام في هذه الدول، أو عجزها عن مجاراة هذا التدفق، أو التصدي له. وإتقان اللغة الأجنبية يعني امتلاك ثروة كبيرة من كلماتها، ومعرفة أساليبها وتعبيراتها، وفهم قواعد نحوها وصرفها، والتمكن من الترجمة منها وإليها بسهولة ويسر.

ومن هنا فإنه لا غنى للإعلامي عن إتقان إحدى اللغات الأجنبية العالمية إذا أراد بنفسه معرفة حقيقة ما يحدث من تطورات عالمية في مختلف المجالات، ومتابعة ذلك عن قرب، وإقامة الصلات مع المصادر المختلفة للأخبار التي تقسم إلى قسمين رئيسيين هما:

١- مصادر داخلية:

تدخل ضمن هذه المصادر التصريحات أو البيانات الصادرة عن الدبلوماسيين الأجانب الموجودين في المدينة التي تبث منها وكالة الأنباء

(١) محمد أشكناني: الترجمة التلفزيونية، دار أبحاث للترجمة والنشر، بيروت، ط١، ٢٠٠٧، ص٧.

موادها الخبرية، وكذا التصريحات والبيانات التي تدلي بها جهات أجنبية تعمل في المدينة نفسها.

كما تدخل ضمنها المؤتمرات الصحافية والتصريحات والمقابلات والبيانات التي يدلي بها مسؤول أجنبي زائر، إضافة إلى الأخبار المأخوذة من محطات الإذاعة والتلفزيون وشبكة الإنترنت.

٢- مصادر خارجية:

تدخل ضمن هذه المصادر وسائل الإعلام الأجنبية التي تبث أخبارها باللغات الأجنبية العالمية، والأخبار التي يرسلها مراسلون متفرغون أو متعاونون مع الوكالة بلغة أجنبية.

إن المترجم الذي يحرر الأخبار الواردة باللغة الأجنبية هو محرر أكثر منه مترجما، وعليه أن يصوغ الخبر بلغة تحريرية صحافية، مستعينا بالقواعد المهنية التي تعلمها وتدرب عليها.

وثمة قواعد معينة على المحرر مراعاتها عند ترجمة المواد الخبرية، منها:

١- الابتعاد عن الترجمة الحرفية عند انتفاء الضرورة إليها، ومراعاة الأسلوب السليم للكتابة باللغة العربية، وامتلاك مخزون كبير من الألفاظ العربية المترادفة.

٢- مراعاة الدقة التامة والنقل الأمين عند الترجمة الحرفية لتصريحات المسؤولين أو البيانات، والاتفاقات، والمعاهدات، والقرارات الدولية، لأن الخطأ في ذلك قد تكون له أضرار بالغة.

٣- معرفة المصطلحات السياسية، أو التعابير الدبلوماسية، والعسكرية، والاقتصادية، والأدبية، والفنية، والعلمية، ونحوها.

٤- الاستعانة بالقواميس المتخصصة عند ترجمة الأخبار العامة التي تتضمن مصطلحات خاصة بفن أو علم ما، وعدم الاعتماد على ما هو موجود في القواميس العامة، لأنها قد تبتعد عن الترجمة الدقيقة لما هو متعارف في الأوساط العلمية.

٥- إلحاق المصطلح العلمي الغريب، أو الكلمات التي تتضمن ألفاظا جديدة على القارئ بشرح يفسرها، ويوضح معناها، وقد يوضع هذا الشرح عقبها مباشرة، أو في آخر فقرة في الخبر.

٦- الإلمام بالرموز والاختصارات والإشارات المذكورة في البيانات الصحافية الواردة من جهات عدة ولا سيما من المنظمات الدولية والرسمية، وأخبار وكالات الأنباء.

٧- الاجتهاد في معرفة الأساليب التي يمتاز بها كبار المسؤولين العالميين الذين ترد أسماؤهم كثيرا في الأخبار، لأن معرفة اللغة التي يتكلم بها هؤلاء الساسة تعين المحرر على فهم تصريحاتهم وبياناتهم وخطبهم وأحاديثهم.

٨- الإلمام بالثقافة العامة في شتى صنوف العلوم والمعارف.

الخاتمة

سعى الكتاب في فصوله الخمسة إلى تسليط الضوء – بصورة مبسطة – على العمل المهني القائم في وكالات الأنباء العالمية والمحلية، ومحاولة فهم كيفية عملها، وما تعتمد عليه من خدمات ومنتجات تقدمها للمشتركين فيها.

وقدم في **الفصل الأول** تعريفا بأهم هذه الوكالات، ونشأتها، ومسيرتها، وأهم أسس العمل فيها، وانتشارها.

وتطرق **الفصل الثاني** إلى أساليب تحرير الخبر الصحافي في وكالات الأنباء، وقوالبه، وأشكاله، وأنواعه، وبنائه، وكيفية التعامل معه، وكتابة فقراته، مع تسليط الضوء على أهم أنواع الفقرات المتعارفة في الصحافة، وضرب أمثلة تطبيقية لتقريبها، وتوضيحها، وتعزيز فهمها.

وفي **الفصل الثالث** تطرق الكتاب إلى سبعة أنواع من الفنون الخبرية المعهودة في وكالات الأنباء، وسعى إلى التعريف بها وذكر أهم سماتها، والمعايير التي يجب أن تتصف بها، والميزات التي يجب أن تتحلى بها.

وحاول الكتاب **في هذا الفصل** توحيد مفهوم ومعنى الفنون الخبرية المتعارفة في وسائل الإعلام، ولا سيما في وكالات الأنباء، بهدف الوصول إلى تعريف مقبول لكل فن من الفنون الخبرية، وتوضيحه، وهي محاولة أولية متواضعة تحتاج إلى مزيد من النقد والتحليل والدراسة للوصول إلى توحيد عام لهذه الفنون بين الإعلاميين العرب.

وفي الفصل الرابع تطرق الكتاب إلى الأشكال الخبرية المساندة التي تنشرها وكالات الأنباء العالمية والمحلية، وبين أن هذه الأشكال المساندة لا ترقى إلى تسمية كل منها فنا لأنها لا تتضمن ما يحويه كل فن من الفنون الخبرية من أساليب خبرية وسمات ومعايير مهنية وزمنية وإعلامية، ولا تحتاج إلى بذل جهد كبير في التعامل معها، إضافة إلى اقتصار بعضها على وكالات الأنباء فحسب.

وتحدث الكتاب في الفصل الأخير عن العلاقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام، وأهمية الأخيرة في الحفاظ على اللغة العربية وصونها من اللحن والخطأ، وذكر عددا من الأمثلة التي يستخدمها المحررون، ثم بين أهمية الترجمة ودورها.

أرجو أن يكون الكتاب بمنزلة دليل مهني مبسط للعاملين في وكالات الأنباء، وأن يحفز الباحثين إلى إصدار كتب موسعة تتناول بالتفصيل الموضوعات التي ذكرت وتضيف إليها موضوعات أخرى، وأن يكون إحدى اللبنات في بناء إعلام عربي موضوعي وهادف.

المراجع

١) إبراهيم إمام: وكالات الأنباء ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٨٤ .

٢) إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحافي ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة، د.ت.

٣) إحسان عسكر: الخبر ومصادره ، عالم الكتب ، القاهرة ، د.ت.

٤) جان جبران كرم: مدخل إلى لغة الإعلام ، دار الجيل ، بيروت ، ط٢، ١٩٩٢ .

٥) حسنين شفيق: مدخل إلى صحافة وكالات الأنباء، رحمة برس للطباعة والنشر، مصر، ٢٠٠٦.

٦) سلافوي هاشكو فيتش وياروسلاف فرست: مدخل إلى الصحافة ، تعريب جيان ، دار الفارابي ، بيروت ، ط٢ ، ١٩٨٥ .

٧) عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام ، دار الكتاب المصري ، القاهرة دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، ط٢ ، ١٩٨٩ .

٨) عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة ، دار النجاح ، بيروت ، ١٩٧٢ .

٩) عبد اللطيف حمزة: الدعاية والإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة،ط٢ ، ١٩٧٨ .

١٠) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحافي ، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت.

١١) عبد الله بدران: الخبر الصحافي في منهج الإعلام الإسلامي ، دار المكتبي ، دمشق ، ط١، ٢٠٠٢.

١٢) علي عجوة وآخرون: مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة مصباح، جدة، ط١، ١٩٨٩.
١٣) عمر عبيد حسنة: مقدمة كتاب الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف، قطر، ط١، ٢٠٠١.
١٤) فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحافي، دار الشروق، جدة، ط ٢، ١٩٨٤.
١٥) فريد أيار: سماسرة الأخبار، دراسة حول وكالات الأنباء الدولية ومناطق النفوذ، منشورات وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، ط١، ٢٠٠٢.
١٦) كرم شلبي: الخبر الصحافي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، جدة، ط٢، ١٩٩٨.
١٧) ماجد طعمة: موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٩٤.
١٨) محمد أشكناني: الترجمة التلفزيونية، دار أبحاث للترجمة والنشر، بيروت، ط١، ٢٠٠٧.
١٩) محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة – دار الرفاعي، الرياض، ط١، ١٩٨٣.
٢٠) محمد محمود متولي: الإعلام الإسلامي والرأي العام، شركة سعيد رأفت للطباعة، القاهرة، ط١، ١٩٨٧.
٢١) محمد منير سعد الدين: الإعلام، قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي، دار بيروت المحروسة، بيروت، ١٩٩١.
٢٢) محمود أدهم: دراسات في التحرير الإخباري، د.ن، د.م، د.ت.
٢٣) محمود أدهم: فن الخبر، د. ن، د. م، د. ت.

٢٤) مرعي مدكور: الصحافة الإخبارية والمسؤولية الصحافية للمندوب الصحافي، دار الصحوة،القاهرة، ط١، ١٩٨٨.

٢٥) وكالة الأنباء الكويتية (كونا): الدليل المهني للعاملين في قطاع التحرير، د. ت.

٢٦) وكالة فرنس برس: دليل الصحافي في وكالة الأنباء، د.ت.

٢٧) نايف معروف: الموجز الكافي في علوم البلاغة والعروض، دار بيروت المحروسة، بيروت، ١٩٩٣.

٢٨) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف، قطر، ط١، ٢٠٠١.

٢٩) ياسر عبدالعزيز: عولمة وكالات الأنباء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٥.

نشرات الوكالات

- نشرة رويترز
- نشرة فرنس برس
- نشرة وكالة الأنباء الكويتية (كونا)

مواقع إلكترونية

www.bbcdialogue.co.uk/handbook/ethics/values.shtml
www.alyaseer.net

المحتويات